

PERANCANGAN DESAIN APLIKASI E-COMMERCE THRIFT SHOP UNTUK MEMBANTU MENGURANGI LIMBAH PAKAIAN

Anisa Putri Safira¹, Idhar Resmadi² dan Sri Soedewi³

^{1,2,3}S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1,
Terusan Buahbatu - Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
anisaps@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id,
srisoedewi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Sifat pakaian dari industri fast fashion dapat menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan dikarenakan industri ini biasanya menggunakan pewarna buatan dan produk berbahan plastik. Berdasarkan fenomena tersebut, limbah pakaian menjadi ancaman besar bagi lingkungan. Oleh karena itu, dibutuhkannya media alternatif seperti aplikasi e-commerce untuk jual beli pakaian bekas atau thrifting dan edukasi tentang risiko bahayanya limbah pakaian serta cara mengatasinya. Hal ini dimaksudkan agar limbah pakaian bisa dimanfaatkan dan dapat didaur ulang sesuai kebutuhan, sehingga tidak menumpuk begitu saja dan tidak dapat mencemari lingkungan. Perancangan media menggunakan metode campuran atau mix-methods melalui proses observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Perancangan E-commerce Thrift Shop dalam bentuk aplikasi ini diharapkan dapat membantu memberikan kemudahan serta wawasan kepada masyarakat tentang bahaya limbah pakaian serta bagaimana cara mengolahnya agar tidak mencemari lingkungan.

Kata kunci: fast fashion, limbah, thrift shop, e-commerce

Abstract: The nature of clothing from the fast fashion industry can cause environmental pollution because this industry usually uses dyes and products made from plastic. Based on this phenomenon, clothing waste is a big threat to environment. Therefore, alternative media are needed such as e-commerce applications to sell used clothes or savings and education about the risks of clothing waste and how to overcome them. This is so that clothing waste can be utilized and can be reused as needed, so that it does not accumulate and cannot be explained by the environment. Media design using the mix-methods through a process of observation, questionnaires, interviews, and literature studies. The design of the Thrift Shop E-commerce designed in the form of an application is expected to help provide convenience and insight to the public about the dangers of clothing waste and how to process it so as not to pollute the environment.

Keywords: fast fashion, waste, thrift shop, e-commerce

PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda satu sama lain, dari perbedaan tersebut dapat ditampilkan bagaimana setiap orang memiliki ciri khas tersendiri. Gaya hidup tentunya tidak terlepas dari fashion, di era modern ini masyarakat menuntut kebutuhan fashion yang terus berubah mengikuti tren. Adapun, fashion yang banyak digemari, yaitu pakaian. Banyaknya model-model pakaian yang selalu *up to date* mengakibatkan menumpuknya pakaian lama karena dianggap kurang modern, sehingga menyebabkan terjadinya limbah pakaian yang menjadi masalah polusi yang serius.

Pakaian yang menumpuk di tempat pembuangan sampah dapat menghancurkan bumi dikarenakan gas metana yang dihasilkan dari limbah pakaian yang tidak terurai (Kholisil, 2019). Selain itu, masalah polusi lain muncul dari kehidupan industri fast fashion. Sifat pakaian dari industri fast fashion dapat menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan dikarenakan industri ini biasanya menggunakan pewarna buatan dan produk berbahan plastik. Pakaian berbahan dasar plastik melepaskan partikel mikroplastik saat dicuci dan dapat mencemari ekosistem laut (Zahra, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, limbah pakaian menjadi ancaman besar bagi masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkannya media alternatif seperti aplikasi e-commerce untuk jual beli pakaian bekas atau thrifting dan edukasi tentang risiko bahayanya limbah pakaian serta bagaimana cara mengatasinya. Hal ini dimaksudkan agar limbah pakaian bisa dimanfaatkan dan dapat didaur ulang sesuai kebutuhan, sehingga tidak menumpuk begitu saja dan tidak dapat mencemari lingkungan.

METODE PENELITIAN

Metode yang pada penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran atau mix-methods. Menurut Creswell (2014: 5) metode campuran atau mix-methods adalah penelitian yang menggabungkan atau mengaitkan bentuk kualitatif dan kuantitatif. Sementara itu, cara pengumpulan data dan analisis penelitian ini adalah dengan observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka.

LANDASAN TEORI

Komunikasi

Secara umum komunikasi adalah suatu kegiatan komunikasi yang disebut komunikasi, baik berupa gagasan atau gagasan yang menyangkut pemikiran atau pemahaman antar individu atau antara organisasi dengan individu (Sidauruk, 2022:11).

Aplikasi

Aplikasi adalah kumpulan instruksi yang ada untuk mengubah masukan (*input*) menjadi bentuk keluaran (*output*) yang dibentuk menjadi perangkat lunak (*software*) (Suzana, Insanudin, dan Zani, (2020:3).

Desain Komunikasi Visual (DKV)

Desain komunikasi visual menurut Tinarbuko, merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi visual dengan upaya kreatif untuk memecahkan masalah komunikasi visual dan proses realisasinya mencakup elemen grafis seperti warna, gambar, layout, teks dan bentuk. (dalam Irawan dan Resmadi, 2020:3).

Design Thinking

Design Thinking adalah pendekatan manusia yang lahir dari toolkit desainer untuk memahami kebutuhan orang, potensi teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis, serta pendekatan sentral untuk inovasi. Lalu, ada 5 proses

pendekatan design thinking yaitu *empathy, define, ideate, prototype, dan test* (dalam Breda dan Nugraha, 2020:3184).

Interaksi Desain

Menurut *Interaction Design Foundation*, *interaction design* atau interaksi desain adalah bidang untuk mempelajari interaksi (melalui antarmuka) antara sistem dan pengguna (Tanudjaja, 2019).

UI (User Interface)

Menurut Rizki (2019), UI (User Interface) merupakan desain antarmuka yang lebih menitikberatkan pada keindahan layar, pemilihan warna yang baik dan benar serta hal-hal lain yang membuat tampilan web e-commerce menjadi lebih menarik. (dalam Kurniasari, 2019:6).

UX (User Experience)

Menurut ISO 9241-210:2010, User Experience (UX) adalah persepsi dan respon orang-orang yang dihasilkan dari menggunakan dan berpartisipasi dalam penggunaan sebuah produk, sistem, atau layanan. (Pranata, Naufalina dan Supriadi, 2020:988).

Logo

Menurut Swasty (2016), logo adalah identitas sebuah merek yang secara cepat dan komprehensif mengomunikasikan produk, layanan, dan organisasi. (dalam Ashfihanis dan Siswanto, 2021:2677).

Simbol

Simbol atau ikon adalah apa yang digunakan orang untuk merepresentasikan atau merujuk pada objek, ide, atau gagasan yang berada di luar simbol itu sendiri sehingga dapat bermakna bagi orang lain (Kryantono, 2019: 158).

Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang menjelaskan fakta atau peristiwa untuk membuat konten yang terkait dengan lebih mudah dipahami, jelas, bermanfaat, atau menarik (dalam Hawari, 2021:23).

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Konsep Pesan

Konsep perancangan pada penelitian ini sebagai media alternatif jual beli pakaian bekas dan juga sebagai media edukasi kepada masyarakat di Bandung dan sekitarnya terkait bahayanya limbah pakaian bagi lingkungan. Dikarenakan seiring berkembangnya industri *fast fashion* dimana setiap pakaian dihasilkan dengan bahan tidak ramah, maka beberapa solusi untuk menjaga kelestarian planet bumi baik untuk konsumen maupun industri *fashion* yaitu dengan memanfaatkan item daur ulang dan menggunakan kembali item *fast fashion*. Oleh karena itu, peneliti merancang aplikasi *e-commerce thrift shop* ini untuk memudahkan pengguna dalam melakukan kegiatan mengurangi limbah pakaian dengan memberikan cara yang nyaman dan menyenangkan.

Kata kunci: *Useful* (Bermanfaat), *Easy* (Mudah), *Simple* (Sederhana).

Konsep Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini adalah aplikasi yang akan diterapkan melalui smartphone. Aplikasi mobile dipilih sebagai media perancangan dikarenakan dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna lantaran pada aplikasi menawarkan akses yang mudah dan pengguna dapat menggunakan kapan saja tanpa perlu login akun berulang kali.

Konsep Kreatif

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan, penulis akan merancang sebuah desain aplikasi mobile dengan nama

“R3VOLV” dibaca *Revovl* yang memiliki arti dalam Bahasa Indonesia adalah “Berputar”. Aplikasi R3VOLV memiliki tagline, yaitu “*Relize a great world*” yang bertujuan untuk mengajak pengguna agar dapat mewujudkan dunia yang hebat dengan lingkungan yang bersih. Penggunaan angka 3 pada “R3VOLV” terinspirasi dari unsur 3R yaitu *reduce, reuse, recycle*. Pada aplikasi *e-commerce thrift shop* ini, ada banyak cara agar pengguna dapat melakukan tindakan untuk membantu mengurangi limbah pakaian dengan nyaman.

Konsep Perancangan

1. Warna

Warna utama yang diterapkan dalam desain aplikasi ini menggunakan warna bumi atau *earth tone*. Warna bumi dapat memberikan kesan hangat, natural, elegan, lembut dan nyaman. Penggunaan warna dalam desain ini untuk merepresentasikan konten yang dituju, yaitu tentang isu lingkungan.



Gambar 1 Palet Warna
Sumber: Anisa putri safira (2022)

2. Tipografi

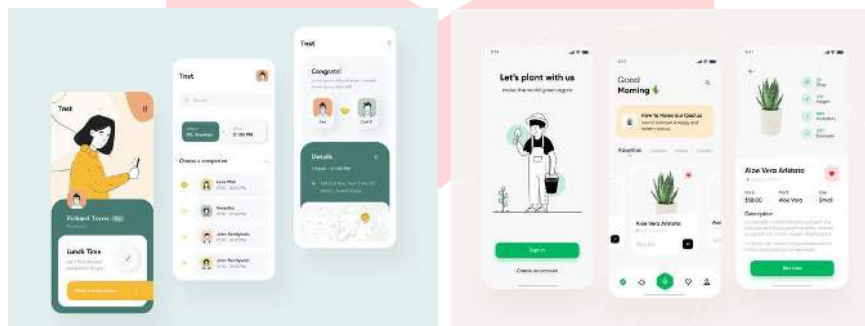
Peneliti menggunakan jenis tipografi sans serif. Dikarena tipografi jenis ini memberikan kesan bersih, dan modern sehingga lebih cocok jika diterapkan pada desain aplikasi. Font yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini adalah Roboto. Font yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini adalah Roboto dengan ukuran font 12-24.

ROBOTO REGULER ROBOTO MEDIUM ROBOTO BOLD
 abcdefg123456789 abcdefg123456789 abcdefg123456789

Gambar 2 Tipografi
 Sumber: google.com (2022)

3. Layout

Peneliti menggunakan gaya gaya minimalis dan sederhana pada perancangan aplikasi R3VOLV dan menggunakan white space untuk memberikan tampilan ruangan yang bersih.



Gambar 3 Layout
 Sumber: google.com (2022)

Konsep Komunikasi Pemasaran

Konsep pemasaran yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode AISAS. Berikut proses AISAS yang akan digunakan pada penelitian ini:

1. *Attention*, adalah perhatian publik terhadap pesan komunikasi pemasaran. Media yang dipilih untuk menarik perhatian audiens berupa konten Instagram, kartu nama, *banner*, poster, dan brosur.
2. *Interest*, pada tahapan ini audiens mulai mempelajari lebih jauh tentang merek atau produk yang ditawarkan. Pada fase ini minat konsumen terhadap suatu produk mulai ada. Ketertarikan dapat ditimbulkan oleh kekuatan tampilan iklan (warna, gambar atau teks iklan yang menarik). Media pendukung yang termasuk ke dalam proses *interest* dalam

perancangan ini seperti merchandise (kaus, *totebag*, *bucket hat*, pin, *sticker*), *hang tag*.

3. *Search*, merupakan kegiatan pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen atas inisiatif sendiri untuk mempelajari tentang merek atau produk dari aplikasi R3VOLV.
4. *Action*, merupakan tahapan Tindakan yang dilakuka konsumen setelah menira informasi. Audiens yang sudah tertarik dengan R3VOLV akan mencoba mengunduh aplikasi melalui Playstore ataupun Appstore dan mencoba menggunakannya.
5. *Share*, merupakan tindakan khalayak untuk berbagi informasi dan pengalaman terkait produk. Setelah mencoba berbagai fitur yang terdapat pada aplikasi, selanjutnya mereka akan membagikan pengalamannya dan mengajak orang lain untuk mencobanya melalui sosial media.

Konsep Bisnis

Pada perancangan aplikasi R3VOLV ini, peneliti menggunakan konsep *Business Model Canvas* (BMC).

1. *Business Model Canvas* (BMC)

Untuk merancang sebuah strategi bisnis yang akan dijalankan, perlu diciptakannya sebuah kerangka kerja manajemen, yang disebut *Bisnis Model Canvas*. Berikut adalah perancangan *Business Model Canvas* (BMC) aplikasi R3VOLV.

2. *Cost Structure*

Cost structure yang dibentuk merupakan rincian biaya yang dikeluarkan oleh aplikasi R3VOLV.

1) *Fix Capital*

Biaya yang dibutuhkan untuk membangun fasilitas perusahaan dalam setahun.

2) *Working Capital*

Biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk atau jasa yang akan dijual oleh suatu perusahaan.

3) *Operational Capital*

Biaya yang digunakan untuk menjalankan bisnis selama satu bulan.

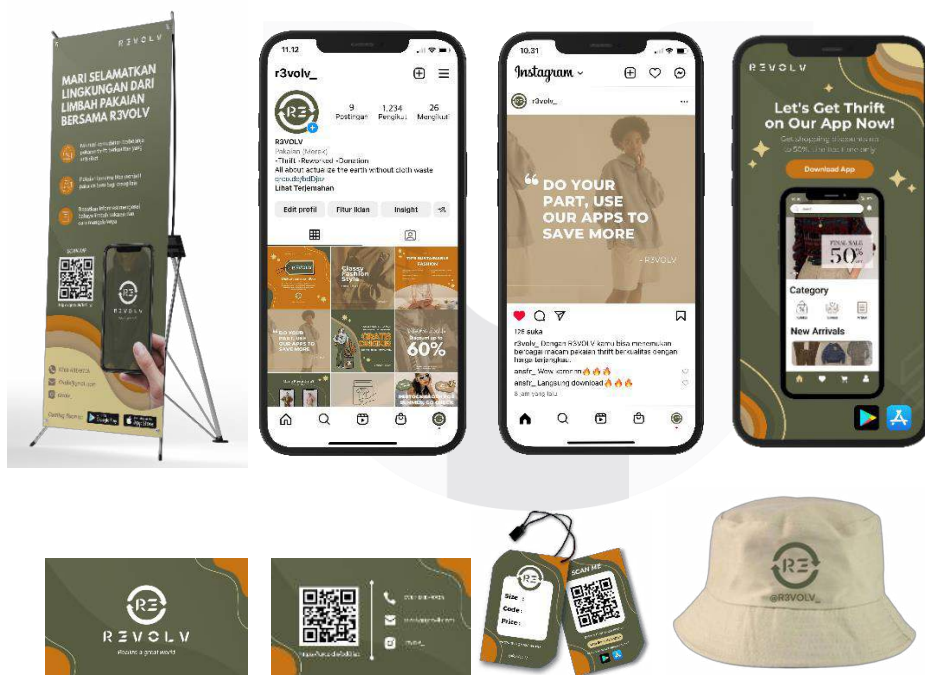
Konsep Media

Cost structure yang dibentuk merupakan rincian biaya yang dikeluarkan oleh aplikasi R3VOLV.

1. Media Utama

Perancangan media utama yang digunakan peneliti dalam menyampaikan edukasi tentang bahaya limbah pakaian dan cara mengatasinya adalah melalui perancangan desain *aplikasi mobile*.

2. Media Pendukung





Gambar 5 Media pendukung
 Sumber: Anisa putri safira (2022)

Hasil Perancangan

1. Logo Aplikasi

Logo dirancang dengan menggabungkan aplikasi itu sendiri yaitu "R3VOLV". Logo yang dibuat antara perpaduan serpihan kain yang membentuk huruf RE yang berarti mengulang, Pada huruf di tengah tersebut juga memiliki makna R3 (*reduce, reuse, recycle*) dikarenakan mengambil 3 garis pada huruf E, dan lingkaran dengan anak panah menggambarkan arti dari logo tersebut yaitu berputar.

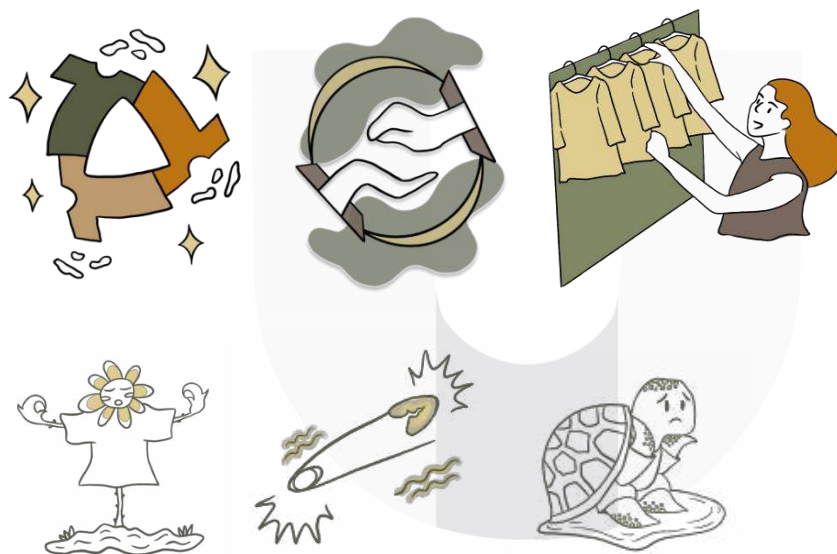


Gambar 6 Perancangan logo
Sumber: anisa putri safira (2022)



Gambar 7 Alternatif logo
Sumber: anisa putri safira (2022)

2. Ilustrasi



Gambar 8 Ilustrasi
Sumber: anisa putri safira (2022)

3. Task Flow

1) Masuk/Daftar



Gambar 10 Masuk/daftar
Sumber: anisa putri safira (2022)

2) Koleksi



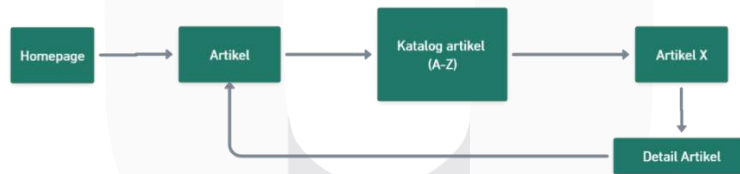
Gambar 13 Koleksi
Sumber: anisa putri safira (2022)

3) Donasi (Donasi pakaian)



Gambar 14 Donasi
Sumber: anisa putri safira (2022)

4) Artikel



Gambar 15 Artikel
Sumber: anisa putri safira (2022)

5) Wishlist



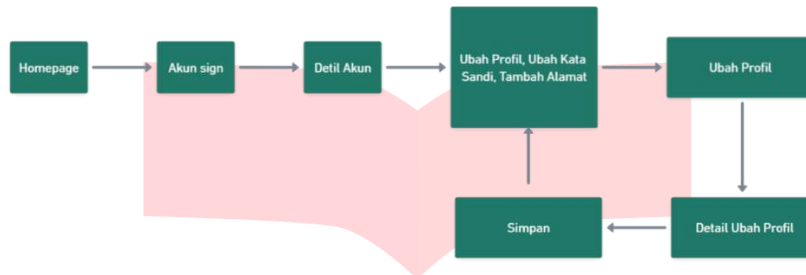
Gambar 16 Wishlist
Sumber: anisa putri safira (2022)

6) Keranjang



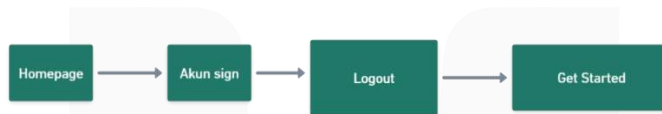
Gambar 17 Keranjang
Sumber: anisa putri safira (2022)

7) Detil Akun (Ubah Profil)



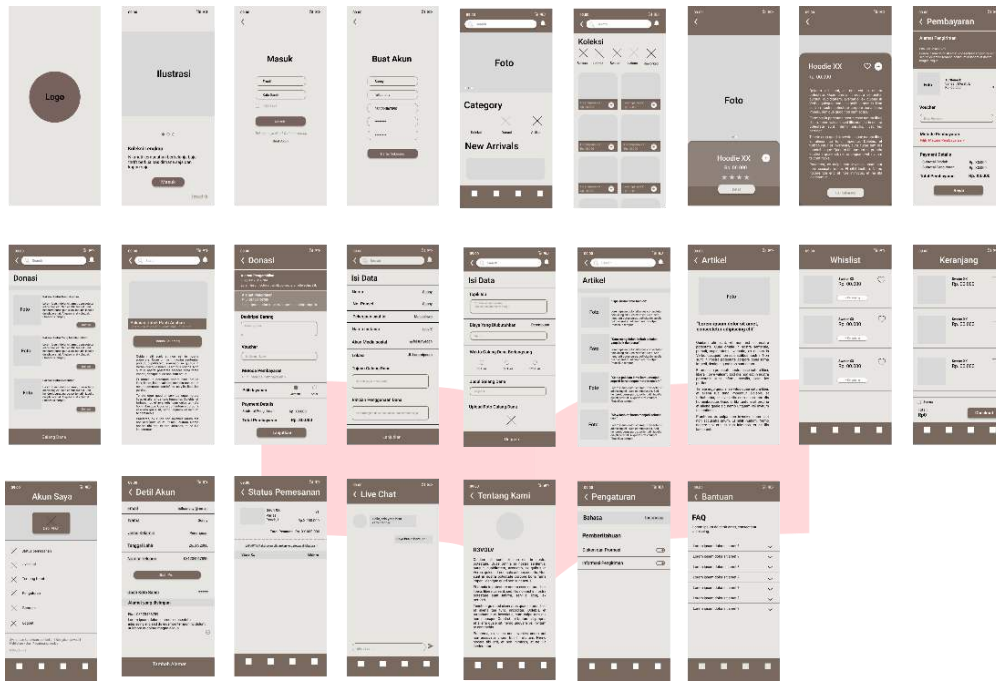
Gambar 18 Detil Akun
Sumber: anisa putri safira (2022)

8) Logout



Gambar 24 Logout
Sumber: anisa putri safira (2022)

4. Wireframe



Gambar 25 Wireframe
Sumber: anisa putri safira (2022)

5. Logo Aplikasi

1) Masuk/daftar



Gambar 26 Masuk/daftar
Sumber: anisa putri safira (2022)

2) Notifikasi dan Pencarian



Gambar 27 Notifikasi dan pencarian
Sumber: anisa putri safira (2022)

3) Koleksi



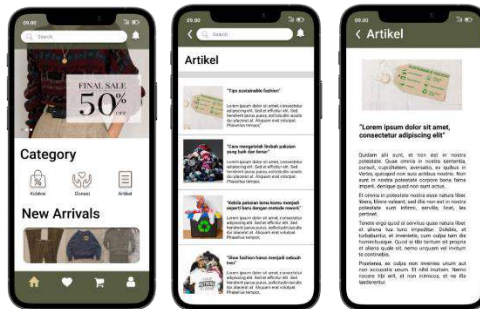
Gambar 28 Koleksi
Sumber: anisa putri safira (2022)

4) Donasi



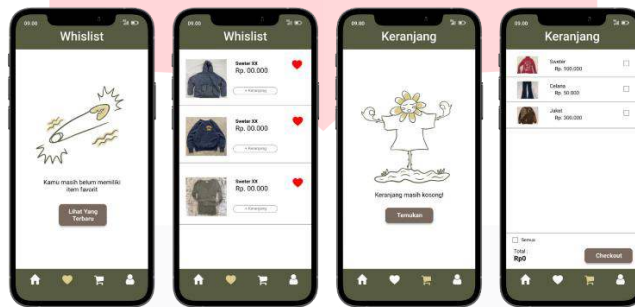
Gambar 29 Donasi
Sumber: anisa putri safira (2022)

5) Artikel



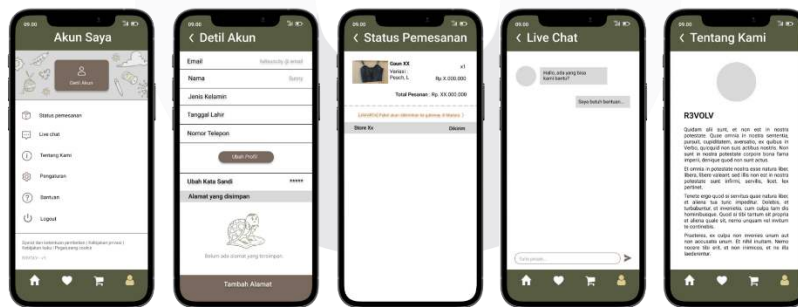
Gambar 30 Artikel
Sumber: anisa putri safira (2022)

6) Wishlist dan Keranjang



Gambar 31 Wishlist dan keranjang
Sumber: anisa putri safira (2022)

7) Akun Saya (Detil akun, status pemesanan, live chat, tentang kami)



Gambar 32 Akun Saya (Detil akun, status pemesanan, live chat, tentang kami)
Sumber: anisa putri safira (2022)

8) Akun Saya (Pengaturan, Bantuan, logout)



Gambar 33 Akun saya (pengaturan, bantuan, logout)
Sumber: anisa putri safira (2022)

6. Logo Aplikasi

Desain aplikasi yang dirancang oleh peneliti menggunakan aplikasi Figma, lalu prototype aplikasi dapat dilihat pada link di bawah ini.

<https://www.figma.com/proto/EFibrrc3KaMRezqGsa6Y8Q/R3VOLV?node-id=185%3A577&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=185%3A577&show-proto-sidebar=1>

Hasil Usability Testing

Sebanyak 7 target audiens telah diuji mencoba perancangan desain aplikasi ini. Hasil yang didapatkan adalah, aplikasi R3VOLV memiliki tampilan yang cukup baik, simple, serta ilustrasi yang sangat menarik, dan penggunaanya mudah digunakan karena fiturnya sering ditemui pada aplikasi lainnya. Lalu target setuju bahwa fitur koleksi dapat mempermudah users dalam mencari pakaian thrift, sedangkan fitur artikel dan donasi pakaian mengedukasi dan memudahkan melakukan kegiatan mengurangi limbah pakaian. Sebanyak 85,7% Target juga setuju bahwa alur dalam perkalanan pada perancangan aplikasi ini mudah dan sisanya menjawab biasa saja. Tanggapan dari pengalaman target dalam menggunakan perancangan aplikasi ini adalah cukup mudah mungkin perlu ditingkatkan lagi fitur-fitur lainnya, sangat membantu dalam mencari pakaian thrift sesuai yang diinginkan, memiliki konsep dan inovasi yang unik dikarenakan belum ada e-commerce yang berbasis mendukung lingkungan serta dapat membantu

mencari pakaian dengan harga murah sambil mengurangi limbah pakaian. Kemudian, jika perancangan aplikasi ini direalisasikan target membutuhkannya dan berminat mengunduh atau menggunakan perancangan aplikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari perancangan yang telah dilakukan peneliti mengenai aplikasi *E-commerce Thrift Shop*, dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Desain aplikasi yang dibuat dapat mempermudah user dalam melakukan kegiatan mengurangi limbah pakaian dengan membeli pakaian bekas atau thrift yang sudah terjamin kualitasnya.
2. Pengguna atau user diberikan kenyamanan dalam melakukan kegiatan berdonasi pakaian yang bisa dilakukan dimana saja dan tanpa harus menyita waktu.
3. Memberikan wawasan kepada pengguna atau user berupa artikel tentang bahayanya limbah pakaian bagi lingkungan.

Perancangan aplikasi *e-commerce thrift shop* ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan yang jauh dari kata sempurna. Diharapkan kedepannya pada pengembangan aplikasi ini tidak hanya berfokus kepada limbah pakaian saja, tetapi juga berfokus kepada limbah berbahan tekstil dan limbah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kriyantono, R. (2019). Pengantar Lengkap Ilmu Filsafat dan estetika Ilmunya Serta Perspektif Islam. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- [2] Sidauruk, B. (2022). Analisi Kegiatan Lpmunikasi Pemasaran Kopi Pak RM Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) DI Kabupaten Karo. Bandung: Universitas Telkom.
- [3] Suzana, F. Insanudin, E., & Zani, T. (2020)._Pembangunan Aplikasi 3d Virtual Map Tour Pada Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.
- [4] Irawan, A. F. R., & Idhar, R. (2020). Perancangan Media Edukasi Tentang Pembelajaran Dan Nilai-Nilai Filosofis Karinding.
- [5] Ashfihanis, F., & Siswanto, R. A. (2021), Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Pada Museum Bekasi.
- [6] Breda, Y. D., & Nugraha, N. D. (2021). Perancangan Situs Web Sebagai Media Promosi Perusahaan Anahata Holistic Psychological Service Bagi Anak Umur 8 – 12 Tahun Di Margahayu.
- [7] Pranata, M. A., Naufalina, F. E., & Supriadi, O. A. (2020). Perancangan Aplikasi Meditasi Untuk Mengatasi Sters Dan Burnout.
- [8] Kurniasari, A. F. (2019). Pengembangan Front-End Sistem Informasi Ull Tagihan Berbasis Web Menggunakan Pendekatan User Experience (UX).
- [9] Hawari, H. S. (2021). Perancangan Aplikasi Mobile Edukasi Pranikah Bagi Anak Muda Di Kota Bandung.
- [10] Tanudjaja, C. (2019). Mengenal *Interaction Design*. [Mengenal Interaction Design – School of Information Systems \(binus.ac.id\)](https://www.binus.ac.id/interaction-design/). Diakses 16 April 202 jam 15.26

[11] Kholisil, Z. (2019). Apakah Limbah Tekstil Sama Bahayanya Dengan Limbah Plastik?. <https://www.brilio.net/creator/apakah-limbah-tekstil-sama-bahayanya-dengan-sampah-plastik-d07dd2.html>.

Diakses 7 Januari 2022 jam 11. 53

[12] Zahra, A. (2019). Fesyen Cepat (Fast Fashion). <https://zerowaste.id/zero-waste-fashion/fesyen-cepat-fast-fashion/>.

Diakses 7 Januari 2022 jam 11.55

