

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis persembahkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, hidayah serta kasih sayang yang diberikan selama ini kepada penulis dan pengerjaan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Visual Website E-commerce Use Clothing sebagai Media Transaksi, Promosi dan Informasi dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan karena keterbatasan penulis. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa mendatang.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada dosen pembimbing Bapak Andreas Rio Adriyanto, S.E., M.Eng yang telah membimbing penulis dengan baik sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penulis khususnya, serta bagi dunia pendidikan pada umumnya.

Bandung, 30 Juni 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	v
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	ix

### BAB 1

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.3 Fokus Masalah .....	2
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Pengumpulan Data.....	3
1.6 Kerangka Perancangan.....	5
1.7 Pembabakan.....	6

### BAB 2

2.1 Internet .....	7
2.2 Website .....	7
2.3 Komunikasi Visual dalam Web Design.....	9
2.4 Pemrograman Web.....	40
2.5 User Experience dalam Web.....	42
2.6 Bussiness Model Canvas .....	47
2.7 Teori E-commerce .....	49

BAB 3	
3.1 Data .....	52
3.2 Analisis .....	66
BAB 4	
4.1 Konsep Pesan .....	70
4.2 Strategi Komunikasi .....	71
4.3 Konsep Kreatif .....	71
4.4 Konsep Media .....	71
4.5 Konsep Visual .....	74
4.6 Hasil Perancangan Media Utama .....	78
4.7 Hasil Perancangan Media Pendukung .....	93
4.8 Konsep Transaksi E-commerce .....	97
4.9 Bisnis Model .....	99
BAB 5	
5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Penutup .....	102
Daftar Pustaka	
Lampiran	