

# **Karakteristik Landing Page pada Website Uniqlo**

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)

Supangat, M.Kom, ITIL, COBIT



Oleh

ALISHA SHAFIRA MARDINATA

1151800243

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## LATAR BELAKANG

Industri digital di Indonesia kian berkembang seiring perkembangan zaman. Telah banyak inovasi yang diciptakan agar mempermudah manusia dalam menjalani kesehariannya. Manusia akan selalu membutuhkan sistem perekonomian agar dapat bertahan hidup. Salah satu inovasi digital dalam ranah ekonomi adalah dengan hadirnya *digital marketing*. *Digital marketing* ialah sebuah bentuk pemasaran melalui media internet. Inovasi ini tentu membuat Indonesia semakin berkembang karena banyaknya pengguna internet. Indonesia mendapat tingkat sebesar 10% per tahun dalam perilaku penggunaan internet, dan di tahun 2017 sebanyak 143,25 juta warga Indonesia kompak menggunakan internet, menurut penelitian yang bersumber dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) . Dengan adanya *digital marketing*, kita tidak perlu kesulitan mengambil barang atau menjual barang dengan tenaga fisik. Hanya dengan media komunikasi seperti ponsel, tablet, dan PC. kita dapat menghasilkan pundi-pundi uang.

Perkembangan *digital marketing* didukung dengan beberapa media yang tujuannya untuk memperluas pangsa pasar bisnis kita. Salah satu media yang cocok digunakan untuk *digital marketing* adalah *landing page*, yang merupakan halaman *web* tersendiri untuk memasarkan produk kepada pelanggan. Pada *landing page* pengunjung diperkenankan melihat-lihat produk tanpa harus melakukan pembelian. Penggunaan *landing page* sendiri mampu meningkatkan pembelian, karena banyaknya *diskon* dan penjelasan produk secara jelas tanpa kesulitan membuat akun terlebih dahulu. Kita dengan mudah mendapatkan data-data dari pengunjung situs pada *landing page*. Dengan data tersebut kita dapat memaksimalkan isi konten *landing page*, agar para pengunjung situs dapat merasakan kenyamanan dan keamanan dalam mengakses *landing page*.

Industri yang tak kalah berkembang di Indonesia yaitu industri *fashion*. Kebutuhan sandang merupakan hal penting bagi manusia. *Fashion* sudah menjadi tempat untuk manusia mengekspresikan dirinya, dan mereka juga mengikuti *fashion* sesuai perkembangan zaman. Pada era sekarang, *fashion* yang banyak diminati adalah pakaian polos, dan warna yang ramah seperti warna *earth tone*, warna *pastel*, dan warna *monochrome*. Salah satu brand yang banyak diminati masyarakat Indonesia saat ini adalah Uniqlo. *Branding* Uniqlo sangatlah unik dan produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi. Tidak heran banyak sekali peminatnya hingga 58,49% untuk Pulau Jawa lebih dari total PBD nasional, menurut Badan Pusat Statistik (2018). (Setya, 2020). Maka dari itu saya ingin meneliti mengenai Karakteristik *Landing Page* pada *Website* Uniqlo.

## TINJAUAN PUSTAKA

### a. *Landing Page*

Merupakan halaman yang pertama kali muncul saat seseorang mengakses *website*. Menurut buku yang berjudul “*Landing Page Optimization - The definitive Guide to Testing and Tuning for Conversions*” milik Tim Ash tahun 2018 mengatakan keberadaan *landing page* sangat penting guna mengumpulkan data milik pengunjung situs yang dapat digunakan untuk keperluan bisnis dalam konteks positif dan sesuai aturan. Kebutuhan pengunjung situs akan mudah diketahui melalui data-data mereka. Hal itulah yang menjadi pedoman untuk membuat konten di dalam *landing page*. *Landing page* memiliki 2 jenis

1. *Lead Generation Landing Page* yang merupakan langkah awal untuk mendapatkan data dari pengunjung situs seperti nama dan *email* guna memberikan penawaran selanjutnya yang umumnya berupa *diskon*, *event*, dan lain-lain..
2. *Click Through Landing Page* yang isinya merupakan detail dari semua produk dan layanan pemilik situs. Dalam tahap ini terdapat *Call to Action (CTA)* yang berguna untuk memancing pengunjung situs untuk mencari tahu produk yang memiliki penawaran menarik. *CTA* dapat berbentuk button yang bertuliskan “beli sekarang”, “*download gratis disini*”, dan sejenisnya.

Agar tampilan *landing page* semakin maksimal dan nyaman saat digunakan, perlu adanya User Interface (UI) yang baik. User interface adalah tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna (admin dan user). User interface inilah yang menjadi tampilan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan aktifitas pada sistem.(Septiadi et al., 2019).

### b. *Website Uniqlo*

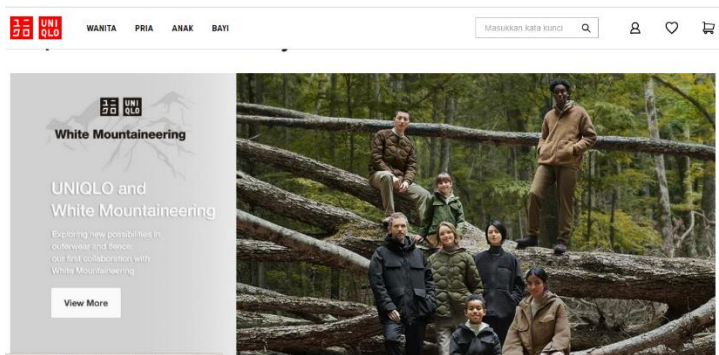
*Website* merupakan situs di internet yang berisi tentang segala informasi dari pemilik situs tersebut dan berguna sebagai media penyebaran informasi, komunikasi dan transaksi jual beli. (Rulia Puji Hastanti, 2015). Salah satu *website* yang cukup populer di Indonesia adalah *website* milik perusahaan ritel *fashion* bernama Uniqlo. Uniqlo merupakan perusahaan dari Jepang milik PT. FAST RETAILING INDONESIA yang menjual pakaian dengan *style casual* untuk berbagai kalangan. Uniqlo sudah membuka *offline store* hingga 40 cabang di Indonesia.

## PEMBAHASAN

*Landing page* memiliki beberapa karakteristik yang bertujuan untuk memberi kenyamanan para pengunjung saat mengakses situs. Berikut beberapa karakteristik dari *landing page website* Uniqlo.

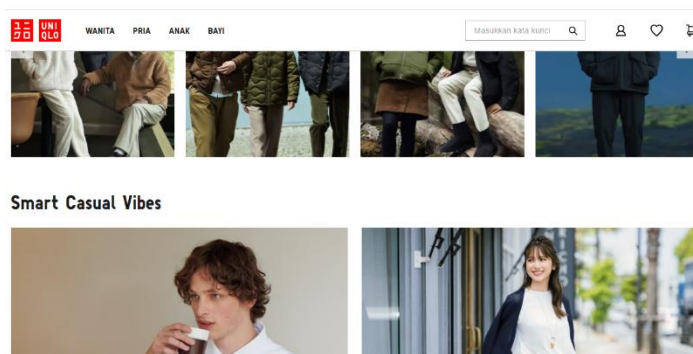
### 1. *Call To Action (CTA)*.

Call To Action (CTA) merupakan hal penting dalam landing page. Kita dapat membuat pengunjung situs penasaran untuk melihat produk. Pada *landing page* Uniqlo, penggunaan CTA telah diimplementasikan dengan baik. Uniqlo menggunakan kata “*view more*” dan “selengkapnya” pada setiap konten mereka.



Uniqlo juga memberikan CTA pada bagian *e-newsletter* bertuliskan “berlangganan sekarang” didukung dengan *copywriting* mengenai tawaran menarik seperti produk baru, acara, promosi dan sejenisnya agar pengunjung situs tertarik untuk berlangganan. Kekurangannya mereka kurang menegaskan bagian CTA, jadi hanya terlihat seperti text biasa.

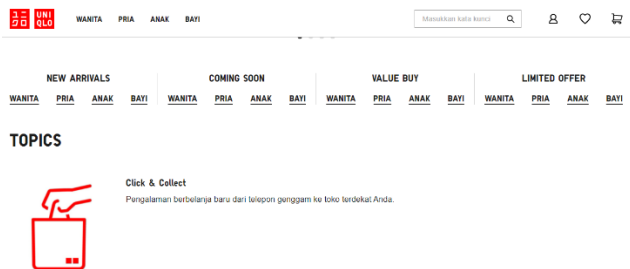
### 2. *Space* pada konten.



*White space* merupakan ruang putih guna memisahkan bagian antar konten agar terdapat ruang untuk bernafas. Uniqlo memberikan beberapa *white space* pada *landing page* yang bertujuan agar pengunjung nyaman dalam mengeksplor situs Uniqlo dan tidak terbebani oleh banyak konten. Selain *whitespace*, Uniqlo menampilkan *visual* berupa foto model minimalis menggunakan produk-produk mereka dan membuat hal tersebut menarik di mata pengunjung situs. Penggunaan *bullets navigation* pada konten Uniqlo juga mempermudah pengunjung situs untuk menggeser konten pada *landing page*. Kekurangannya adalah gambar yang ditampilkan pada konten terlalu banyak dan terlihat ramai, mungkin bagi beberapa pengunjung situs akan merasa pusing saat melihat *landing page* ini.

### 3. Pemilihan teks

Memilih teks yang benar dan konsisten merupakan salah satu peluang *landing page* dapat berkembang. *Typography* pada *website* Uniqlo menggunakan *font* yang *simple* dan terlihat ringkas. Uniqlo juga menggunakan *bold text* pada setiap judul konten *collection* mereka. Ukuran *font* dan jenis *font* yang digunakan pada *website* Uniqlo sudah cukup konsisten.

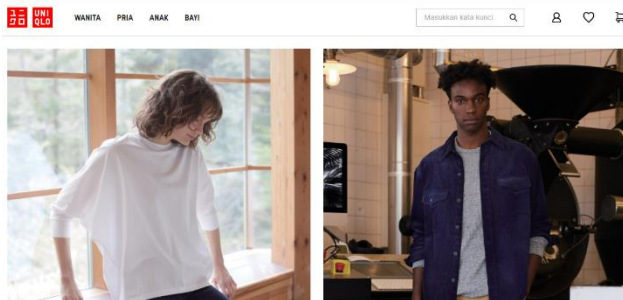


Kurangnya variasi warna font membuat landing page Uniqlo terlihat monoton dan membosankan.

### 4. Informasi berupa *visual*

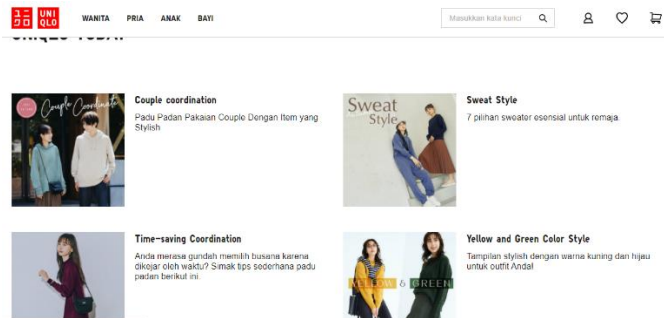
Dalam landing page, penggunaan gambar juga dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung situs. Beberapa orang tidak suka membaca tulisan, maka dari itulah gambar yang ditampilkan pada konten landing page sangat penting. Sebagai perusahaan ritel, Uniqlo menempatkan banyak informasi *visual* pada *website*-nya. *Visual* yang ditampilkan berupa foto - foto model yang menggunakan produk Uniqlo di setiap konten *collection*

yang berbeda. Foto yang ditampilkan pun terlihat menarik dan ramah di mata. Uniqlo juga memberikan penjelasan singkat mengenai produk visual yang ditampilkan.



Ukuran gambar terlalu besar, sehingga membuat tampilan landing page seperti penuh, mungkin dengan mengurangi ukuran gambar akan membuatnya ramah dilihat.

## 5. Pemilihan warna



Pemilihan warna dalam *landing page* merupakan hal yang penting, meskipun selera masing-masing pengunjung situs berbeda – beda. Warna yang dipilih harus konsisten agar pengunjung situs nyaman dan tidak terganggu dengan banyak warna. Skema warna yang dipilih pada website Uniqlo yaitu warna *grey scale* (hitam, putih dan abu – abu). Penggunaan warna *grey scale* membuat tampilan *website* terlihat minimalis dan ringkas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan diciptakannya *landing page* dapat mempermudah Uniqlo dalam memasarkan produknya. Melalui *landing page*, Uniqlo juga mengetahui apa saja kebutuhan pelanggan mereka, lalu apa yang membuat mereka nyaman saat mengakses *website*. Ketika pengguna sudah merasakan

kenyamanan dalam menggunakan suatu *platform* maka bisnis juga akan berjalan lancar. Secara keseluruhan, *landing page* milik *website* Uniqlo sudah memenuhi karakteristik dari *landing page*. Sedikit saran, dengan menambahkan *icons* dalam konten *landing page website* Uniqlo mungkin lebih mempermudah pengunjung situs daripada menggunakan *font* yang terlalu ramai.

## DAFTAR PUSTAKA

Septiadi, B. E., Kusnanto, G., & Supangat, S. (2019). ANALISIS TINGKAT KEMATANGAN DAN PERANCANGAN PENINGKATAN LAYANAN SISTEM INFORMASI REKTORAT UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA (STUDI KASUS : BADAN SISTEM INFORMASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA). *KONVERGENSI*, 15(1). <https://doi.org/10.30996/konv.v15i1.2831>

Rulia Puji Hantanti, B. E. (2015). Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan . *Jurnal Bianglala Informatika*, 1-9.

Setya, B. (2020). POTRET KONSUMEN UNIQLO DI JAWA TIMUR: PERSEPSI TENTANG NEGARA ASAL,CITRA MEREK, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-20.

<https://webdesign.tutsplus.com/id/articles/5-characteristics-of-a-great-landing-page--cms-28526>

# Hasil Plagiat

The screenshot shows a web browser window with several tabs open. The active tab is 'Cek Plagiarisme - 100% Grat...'. The address bar shows the URL 'searchengineereports.net/id/plagiarism-checker'. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and system information: 29°C Cerah, 10:31 PM, 10/28/2021.

The main content area of the website displays the following information:

- Hasil** (Result)
- Diperiksa** (Checked): 100%
- Plagiat** (Plagiarism): 0%
- Unik** (Unique): 100%

Below the statistics, there are three buttons: **Unduh Laporan** (Download Report), **Melihat Laporan** (View Report), and **Mulai Pencarian Baru** (Start New Search).

There are three tabs for the report: **Hasil Kalimat Bijaksana** (Selected), **Sumber yang Cocok** (Similar Sources), and **Tampilan Dokumen** (Document View).

The 'Hasil Kalimat Bijaksana' tab is active, showing a list of unique sentences:

Unique	Industri digital di Indonesia kian berkembang seiring perkembangan zaman.
Unique	Telah banyak inovasi yang diciptakan agar mempermudah manusia dalam menjalani kesehariannya.
Unique	Manusia akan selalu membutuhkan sistem perekonomian agar dapat bertahan hidup.
Unique	Salah satu inovasi digital dalam ranah ekonomi adalah dengan hadirnya digital marketing.
Unique	Digital marketing ialah sebuah bentuk pemasaran melalui media internet.