

# Upaya Penerapan Pemasaran Digital pada PT. Java Footwear Sportindo

Justin Lie<sup>#1</sup>, Diana Trivena Yulianti<sup>\*2</sup>

<sup>#</sup>Sistem Informasi Universitas Kristen Maranatha

Jl. Surya Sumantri No. 65, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Indonesia

<sup>1</sup>2073009@maranatha.ac.id

<sup>\*</sup>Sistem Informasi Universitas Kristen Maranatha

Jl. Surya Sumantri No. 65, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>diana.trivena@it.maranatha.edu

**Abstract** — PT. Java Footwear Sportindo is a shoes retail company that has several subsidiaries, which include: Hoops Indonesia, Puma Select, Adidas, Daily Wear Sport, and Out of The Box that spread accros the islands of Java and Bali. In online marketing, PT. Java Footwear Sportindo uses social media and Website. Instagram is the social media that used by PT. Java Footwear Sportindo to market and promote products that sold by PT. Java Footwear Sportindo. Meanwhile, the Website is used to be the platform for consumers to make online purchases and so that consumers can view the products' catalog of PT. Java Footwear Sportindo. This internship aims to increase interaction of Hoops Indonesia's Instagram audiences about the products, shortening time by more efficient in the migration process from the old Website to the new Website of Hoops Indonesia, and uploading a product photo with a maximum size of 500MB so that there are no errors in the product photo.

**Keywords**— Online Marketing, Social Media, Website.

## I. PENDAHULUAN

Saat ini, salah satu anak perusahaan dari PT. Java Footwear Sportindo sedang mengalami migrasi dari *Website* lama ke *Website* baru. Dalam proses migrasi tersebut tentunya banyak data yang dipindahkan dari *Website* lama ke *Website* baru. Salah satu data yang dikerjakan adalah foto katalog produk yang terdapat di *Website* Hoops Indonesia. Akan tetapi karena banyaknya data foto katalog produk yang harus dimigrasikan dan proses pengeditan yang lama, *graphic designer* cukup kesulitan dan akan memakan banyak waktu dalam proses migrasi tersebut.

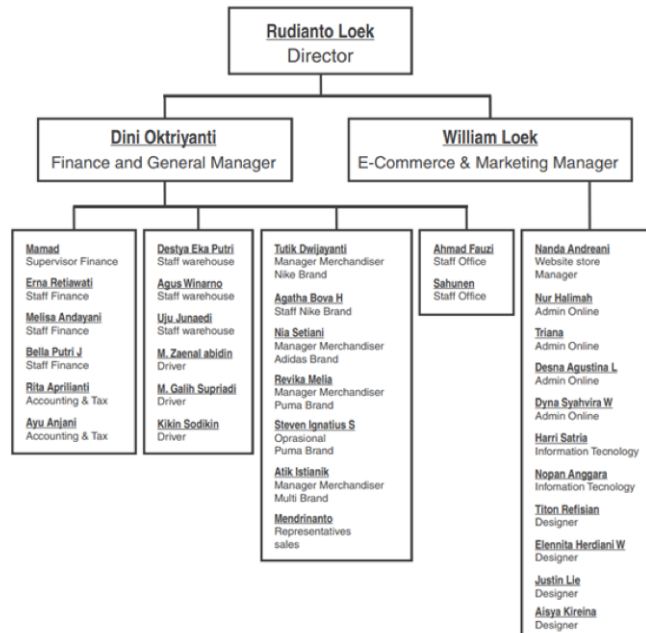
Selain itu, dalam melakukan proses upload foto katalog produk atau basketball news thumbnail pada *Website*, *graphic designer* seringkali mengalami masalah. Masalah yang dihadapi, yaitu tidak ter-upload-nya foto katalog produk atau basketball news thumbnail tersebut. Tidak adanya pesan error yang muncul ketika adanya kemungkinan kesalahan dalam pengunggahan foto katalog produk atau basketball news thumbnail ini membuat *graphic designer* tidak mengetahui dimana letak kesalahan yang dilakukan. Tidak hanya berfokus pada *Website*, Hoops Indonesia juga ingin meningkatkan interaksi yang diperoleh dari salah satu *platform* media sosial, yaitu *Instagram*. Interaksi yang dimaksud merupakan interaksi yang diperoleh melalui *reels*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, terdapat tiga rumusan masalah yang ditemukan. Pertama, apa yang harus dilakukan untuk melakukan migrasi foto katalog produk dari *Website* lama ke *Website* baru dengan waktu yang lebih singkat dan efektif? Kedua, apa yang perlu dilakukan untuk mencegah error dalam melakukan pengunggahan foto katalog produk dan basketball news thumbnail di *Website* hoopsindonesia.co.id? Ketiga, bagaimana meningkatkan interaksi dari para audiens di media sosial terhadap produk yang diperjual-belikan oleh anakan store dari PT Java Footwear Sportindo, yaitu Hoops Indonesia?

Tujuan penelitian ini terbagi menjadi tiga tujuan. Pertama, membuat kesamaan warna background dari *template* lama dan *template* baru agar *graphic designer* hanya perlu melakukan penyesuaian ukuran dari *template* baru. Kedua, mengunggah foto katalog produk dan *basketball news thumbnail* dengan ukuran tidak lebih dari 500MB, hal ini diketahui dengan melakukan *trial & error* setelah berkali-kali gagal mengunggah *file* pada *Website*. Ketiga, membuat konten khusus untuk meningkatkan interaksi para audiens di media sosial terhadap produk-produk yang diperjualbelikan oleh Hoops Indonesia, yaitu konten *reels* “*Weekly Recommended*”.

## II. PROFIL PERUSAHAAN

PT. Java Footwear Sportindo merupakan perusahaan sepatu yang berlokasi di Surapati no. 61, Bandung, Indonesia. PT. Java Footwear Sportindo didirikan oleh Rudianto Loek yang memiliki passion dalam bidang sepatu, khususnya pada kategori olahraga. PT. Java Footwear Sportindo tentunya menyediakan seluruh peralatan olahraga terbaik dan terbaru, mulai dari kelas bawah hingga kelas atas. Saat ini, PT. Java Footwear Sportindo telah memiliki cabang kantor di beberapa provinsi, yaitu Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sumatera Utara. Toko yang dibawah oleh PT. Java Footwear Sportindo sendiri terdiri dari Hoops Indonesia, Puma Select, Adidas, Daily Wear Sport dan Out of The Box yang tersebar di pulau Jawa dan Bali[1][2].



Gambar 1. Struktur organisasi PT. Java Footwear Sportindo

Pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa PT. Java Footwear Sportindo terbagi menjadi dua divisi yang dikepalai oleh Rudianto Loek. Divisi yang dimaksud adalah divisi *offline* yang dikepalai oleh Dini Oktriyanti sebagai *Finance and General Manager* dan William loek sebagai *E-Commerce & Marketing Manager*. Divisi *offline* terdiri dari beberapa bagian, yaitu *finance, accounting & tax, warehouse, driver, merchandiser & brand*, dan *office*. Sedangkan divisi *online* terdiri dari bagian *Website store, admin online, IT, dan designer*.

## III. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Graphic Design

Desain grafis menurut Namuri Migotuwio merupakan sebuah cabang seni rupa yang sering kita dengar dan hampir setiap hari kita jumpai dalam berbagai aktivitas. Dengan kata lain, desain grafis merupakan seni rupa yang dirancang dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kedalam simbol-simbol yang direpresentasikan melalui penyesuaian elemen warna, tipografi, dan ilustrasi atau foto kedalam media yang bersifat aksesibel bagi target komunikasi[3]. Penggunaan desain grafis terdapat di semua platform teknologi. Hal tersebut merupakan proyek visual komunikasi yang dimaksudkan untuk mengkomunikasikan informasi tertentu kepada sosial dengan tujuan tertentu[4]. Fungsi utama desain grafis pada bidang pemasaran digital sendiri, yaitu dapat memperindah hingga meraih perhatian dari para audiens[5] dan sebagai sarana penyampaian pesan menggunakan visual agar lebih mudah dibaca[6].

#### 1) Prinsip-Prinsip Desain Grafis

Dalam desain grafis, terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu[7]:

- Penekanan

Penekanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan desain grafis. Sangat penting untuk memperhatikan informasi-informasi tambahan yang harus ada, sehingga dapat melengkapi informasi utama yang menjadi fokus dalam desain grafis.

- Keseimbangan dan kesejajaran  
Keseimbangan dan kesejajaran berkaitan erat dengan keseimbangan dan simetri dari grafis. Setiap desain grafis yang dibuat tidak boleh timpang atau berat sebelah. Desain grafis dibuat simetris agar enak dilihat oleh para audiens.
- Kontras  
Kontras pada desain grafis disebut sebagai jembatan, atau dengan kata lain sebagai penghubung antara elemen pada setiap desain. Secara garis besar, background dan warna dari suatu desain harus berbeda. Hal ini dilakukan agar suatu desain dapat menciptakan sebuah harmoni.
- Pengulangan  
Pengulangan pada desain grafis menekankan pada repetisi terhadap elemen dari suatu desain. Pengulangan pada desain grafis tentunya sangat efektif karena dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan dengan perantara sebuah elemen pada suatu desain.
- Proporsi  
Proporsi merupakan keterkaitan antara suatu elemen dan aspek visual yang terdapat pada desain grafis. Prinsip dasar ini akan membuat para audiens dapat melihat desain secara satu per satu. Dengan kata lain, audiens tidak melihat suatu desain secara keseluruhan dalam satu waktu.
- Pergerakan  
Pergerakan pada desain grafis membuat setiap elemen desain menjadi tampak bergerak. Desain tersebut akhirnya membuat mata para audiens terus mencari informasi dalam desain grafis tersebut.
- Ruang kosong  
Prinsip ini memberikan kesan *empty space* pada suatu desain grafis. Tentunya ruang kosong memberikan dua kemungkinan pada desain, yaitu desain dengan ruang kosong dapat terlihat sangat menarik atau bahkan dapat membuat suatu desain menjadi tidak menarik. Dengan kata lain, ruang kosong pada desain grafis akan terlihat menarik apabila *graphic designer* mampu memanfaatkannya dengan benar.
- Hierarki  
Hierarki pada desain grafis adalah urutan elemen dan informasi paling penting dalam suatu desain yang harus divisualisasikan sebagai fokus utama. Hal ini tentunya dapat membuat para audiens yang melihat desain tersebut menjadi mengerti apa pesan yang ingin disampaikan lewat sebuah desain grafis.
- Variasi  
Variasi pada desain grafis dapat berupa warna, tipografi, gambar, hingga bentuk. Hal ini lah yang akan membuat desain tentunya lebih menarik di mata para audiens. Variasi disini juga tentunya akan membuat suatu desain tidak tampak monoton. Dengan desain yang tidak monoton, maka para audiens pun tidak akan mudah kehilangan ketertarikan ketika melihat desain tersebut.
- Kesatuan  
Kesatuan yang dimaksud pada desain grafis adalah adanya hubungan yang jelas antara setiap elemen yang digunakan pada suatu desain dan dapat mengomunikasikan konsep serupa kepada para audiens. Kesatuan pada desain grafis tentunya akan membuat suatu desain terlihat lebih rapi dan membuat setiap elemen saling melengkapi.

## 2) Elemen-Elemen Desain Grafis

Terdapat beberapa elemen pada desain grafis, yaitu: garis, bentuk/raut/kurva, tekstur, ruang, dan warna[8].

- Garis  
Garis merupakan komponen dari desain grafis yang adalah perapatan dari sekelompok titik yang berurut. Potensi dari penggunaan garis pada desain grafis meliputi pembentukan kontur atau garis tepi dari sebuah objek, mengekspresikan gaya dan emosi, serta berperan sebagai pemberian aksent.
- Bentuk/raut/kurva  
Bentuk/raut/kurva merupakan komponen dari desain grafis, yaitu kondisi dimana bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Hasil dari garis yang bertemu tersebut tentunya akan membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut memiliki peran dalam pemberian nuansa komunikasi yang tentunya cukup berarti dari sebuah desain.
- Tekstur  
Tekstur merupakan tampilan/karakteristik/gambaran/representasi sifat dari suatu permukaan pada desain. Penggunaan tekstur tentunya merupakan kostumisasi sendiri dari seorang *graphic designer* yang sifatnya fleksibel. Tekstur yang dimaksud dapat berupa polos, bersisik, licin, pudar, kusam, kasar, lembut, kilap, halus, berlendir, berbulu, terasa gatal, dan lain-lain. Tekstur adalah salah satu unsur seni yang terbilang cukup unik karena dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan, yaitu visual dan raba.

- Ruang  
Ruang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan oleh seorang graphic designer pada desainnya, dimana hal ini dapat membentuk ruang imajiner dari persepsi para pengamatnya.
- Warna  
Warna merupakan corak rupa dari sebuah objek yang dapat ditangkap oleh mata. Dengan kata lain, warna dapat didefinisikan sebagai pemantulan cahaya yang menimpa suatu objek tertentu yang ditangkap oleh retina mata. Warna tentunya memberikan kesan berupa pesan yang terbilang cukup mendalam. Warna adalah suatu alat pada desain grafis yang bertujuan untuk menarik perhatian dari para audiens. Mudah-mudahan, variasi warna yang tepat tentunya akan lebih menarik jika dibandingkan dengan hitam-putih, warna juga tentunya dapat memperlihatkan kesan tertentu bagi para audiens dari suatu desain grafis.

### 3) Tipografi

Tipografi merupakan seni mengatur dan mengolah huruf dalam medium tertentu untuk kepentingan artistik serta fungsional untuk kepentingan komunikasi[9]. Pengertian tipografi sendiri seringkali merujuk pada seni memilih serta mengatur huruf atau teks sebagai elemen visual pada suatu desain[10]. Tipografi sendiri terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu[11]:

- *Decorative fonts*: biasanya digunakan seorang desainer untuk menarik perhatian pada *headline* dalam sebuah desain.
- *Script fonts*: di desain dengan tujuan untuk meniru aksen dari tulisan tangan manusia.
- *Handwriting fonts*: dibuat serupa dengan tulisan tangan manusia.
- *Dingbats*: simbol yang berasal dari karya seni dengan ukuran yang relatif kecil.

Dalam pemanfaatannya, tipografi tentunya memiliki beberapa fungsi, seperti[12]:

- Mudah dibaca: tipografi dibuat agar para audiens dapat dengan mudah memahami teks yang dibuat. Dalam hal ini, pemilihan font, ukuran, hingga warna akan sangat menentukan.
- Menarik perhatian: tipografi dibuat agar para audiens dapat dengan mudah mengerti tujuan dari suatu desain
- Memperkuat tema visual: tipografi pada suatu desain dengan *font*, warna, dan tema yang tepat akan mempertegas dan memperkuat tema dari suatu desain yang dibuat.
- Memperkuat karakter: tipografi yang terdapat pada suatu desain tentunya akan memberikan hingga memperkuat karakter dengan pemilihan jenis *font* dan warna yang tepat.

## IV. HASIL PEKERJAAN

Desain yang telah dikerjakan dapat dilihat melalui *Instagram* @hoops.indonesia, @ootb.indonesia, @pumastore.java, pumaselectjava, *Website* hoopsindonesia.co.id, *visual merchandise* di setiap *offline store* dari Hoops Indonesia, *visual merchandise* di *booth FIBA Basketball World Cup 2023 Indonesia* pada bulan Agustus – September 2023 di Gelora Bung Karno, *FIBA Basketball World Cup 2023 merchandise* yang diperjualbelikan oleh Hoops Indonesia. Pada TABEL I dapat dilihat produk/jasa yang telah selesai dikerjakan selama bulan Agustus – November.

TABEL I  
PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

No	Produk/jasa yang dihasilkan	Jumlah
1	Konten <i>marketing</i> produk di <i>Instagram</i> @hoops.indonesia	265 desain
2	Konten <i>marketing</i> produk di <i>Instagram</i> @ootb.indonesia	112 desain
3	Konten <i>marketing</i> produk di <i>Instagram</i> @dailywearsport	16 desain
4	Video iklan produk di <i>Instagram</i> @hoops.indonesia	14 video
5	Video iklan produk di <i>Instagram</i> @ootb.indonesia	2 video
6	Video iklan produk di <i>Instagram</i> @pumastorejava	22 video
7	<i>FIBA World Basketball Cup 2023 visual merchandise mockup design</i>	18 desain

8	Visual merchandise mockup design seluruh cabang toko Hoops Indonesia	18 desain
9	Konten FIBA Basketball World Cup 2023 di Instagram @hoops.indonesia	31 konten
10	Konten berita seputar olahraga basket di Instagram @hoops.indonesia	72 konten
11	Foto katalog produk pada Website <a href="http://www.hoopsindonesia.co.id">www.hoopsindonesia.co.id</a>	540 produk
12	FIBA Basketball World Cup 2023 merchandise design	24 desain
13	Desain thumbnail dan konten berita seputar olahraga basket pada Website <a href="http://www.hoopsindonesia.co.id">www.hoopsindonesia.co.id</a>	10 berita
14	Videotron di seluruh cabang toko Hoops Indonesia	10 videotron
15	Konten "Weekly Recommended" di Instagram @hoops.indonesia	6 video

Gambar 2 merupakan konten marketing produk yang diperjual-belikan oleh Hoops Indonesia, yaitu Nike G.T. Cut 2 "Hyper Pink". Konten marketing tersebut diunggah di media sosial, yaitu Instagram @hoops.indonesia.



Gambar 2. Instagram Marketing Content - @hoops.indonesia

Gambar 3 merupakan konten marketing produk yang diperjual-belikan oleh OOTB Indonesia, yaitu Asics Rocket Tennis. Konten marketing tersebut diunggah di media sosial, yaitu Instagram @ootb.indonesia.



Gambar 3. Instagram Marketing Content - @ootb.indonesia

Gambar 4 merupakan konten *marketing* produk yang diperjual-belikan oleh Daily Wear Sport, yaitu *Nike Air Max Alpha Trainer 5*. Konten *marketing* tersebut diunggah di media sosial, yaitu *Instagram @dailywearsport*.



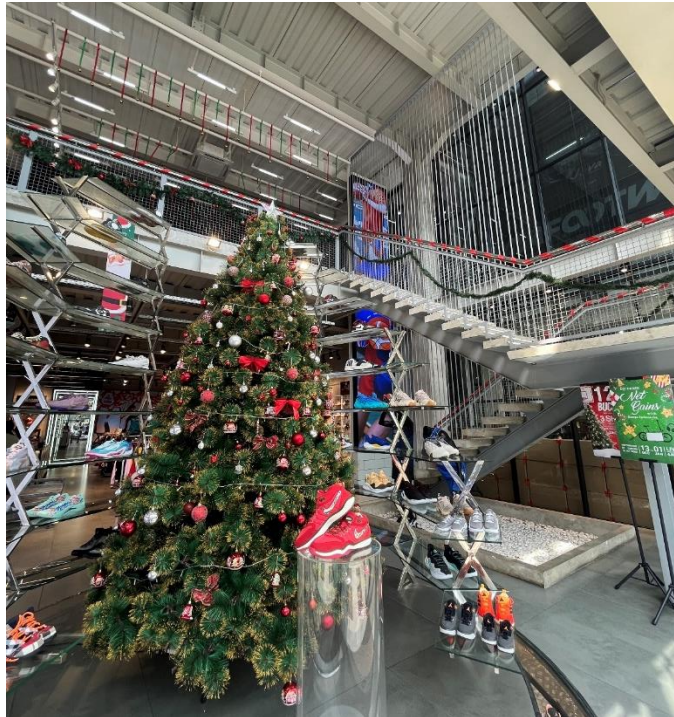
Gambar 4. *Instagram Marketing Content* - @dailywearsport

Gambar 5 merupakan salah satu *FIBA Basketball World Cup 2023 mockup design* yang dibuat untuk *booth FIBA Basketball World Cup 2023* di Gelora Bung Karno pada Agustus 2023.



Gambar 5. *FIBA Basketball World Cup 2023 Visual Merchandise*

Gambar 6 merupakan hasil dari desain *Christmas visual merchandise* yang telah dibuat untuk seluruh cabang toko Hoops Indonesia.



Gambar 6 Christmas Event - Offline Store Visual Merchandise

Gambar 7 merupakan konten FIBA Basketball World Cup 2023 “Spot The Merch” yang diunggah di media sosial Hoops Indonesia, yaitu Instagram @hoops.indonesia.



Gambar 7 FIBA Basketball World Cup 2023 Instagram Content - @hoops.indonesia

Gambar 8 merupakan konten ucapan ulang tahun kepada salah satu pemain basket dunia, yaitu Trae Young. Konten tersebut diunggah di media sosial Hoops Indonesia, yaitu @hoops.indonesia.



Gambar 8. Basketball Player Birthday Greeting - Instagram Content

Gambar 9 merupakan salah satu foto katalog produk Air Jordan 1 Low Royal Toe yang diunggah di Website [www.hoopsindonesia.co.id](http://www.hoopsindonesia.co.id).



Gambar 9. Website Catalog Product Photo

Gambar 10 merupakan FIBA Basketball World Cup 2023 merchandise design yang diperjual-belikan oleh Hoops Indonesia, selaku official partner dari FIBA Basketball World Cup 2023 yang berlangsung di Indonesia pada Agustus 2023.





Gambar 10. FIBA Basketball Merchandise Design

#### A. Migrasi Foto Katalog Produk pada Website Hoops Indonesia

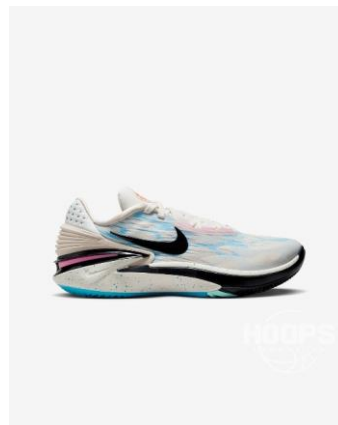
Dalam proses migrasi foto katalog produk ke Website yang baru, *graphic designer* bertugas untuk membuat *template* foto katalog produk dengan menyesuaikan ukuran visual foto produk yang akan ditampilkan di Website. Terdapat 7 *template* yang dibuat pada kegiatan magang, yaitu:

- Sepatu (terdiri dari 5 *template*, yaitu tampak sepatu dari sisi kanan, kiri, atas, bawah, dan belakang)
- Aksesoris, *apparel*, dan *backpack*

Karena banyaknya foto katalog produk yang harus dimigrasikan oleh *graphic designer*, maka ditemukan cara efektif untuk melakukan migrasi tersebut. Umumnya, proses pengeditan foto katalog produk dilakukan memanfaatkan aplikasi *Adobe Photoshop* dengan langkah-langkah berikut:

- Proses pencarian foto produk di internet atau dapat juga melakukan foto pada produk apabila produk yang dicari tidak tersedia di internet
- *Import* foto produk ke *Adobe Photoshop*
- Menghilangkan *background* foto produk
- Penyesuaian ukuran foto produk dengan *template* yang tersedia
- Mengunggah foto katalog produk ke Website

Akan tetapi, dengan dibuatnya kesamaan warna *background* dari *template* lama dan *template* baru, maka *graphic designer* hanya perlu melakukan penyesuaian ukuran dari *template* lama ke *template* yang baru. Hal ini tentunya cukup memudahkan dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan oleh *graphic designer* dalam melakukan migrasi foto katalog produk ke Website baru dari Hoops Indonesia. Perbandingan foto katalog produk dari Website lama dan Website baru dapat dilihat pada Gambar 11 dan Gambar 12.



Gambar 11. Foto Katalog Produk pada Website Lama

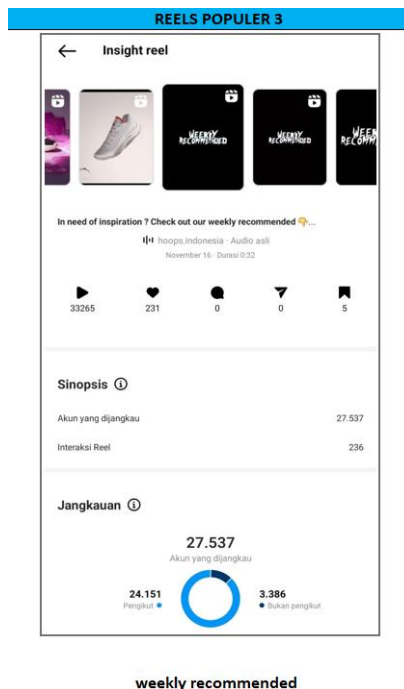


Gambar 12. Foto Katalog Produk pada Website Baru

**B. Peningkatan Interaksi Reels pada Instagram Hoops Indonesia**

Dalam upaya untuk meningkatkan interaksi *reels* pada *Instagram* Hoops Indonesia, penulis memiliki ide untuk membuat konten *reels* yang berisikan seputar sepatu dengan *demand* yang cukup tinggi dan memiliki ketersediaan stok yang mencukupi. Konten “*Weekly Recommended*” merupakan salah satu inovasi pada kegiatan magang dengan tujuan meningkatkan interaksi para audiens terhadap produk yang dijual oleh Hoops Indonesia.

Menurut Gambar 13 (data yang diberikan admin *online*), *reels* “*Weekly Recommended*” yang dikerjakan oleh penulis merupakan salah satu dari *reels* populer di bulan Oktober dengan menjangkau 27.537 akun *Instagram* (24.151 merupakan pengikut dari akun *Instagram* @hoops.indonesia dan 3.386 bukan dari pengikut akun *Instagram* @hoops.indonesia), 33.265 kali diputar, 231 *likes*, dan 5 *saves*.



Gambar 13. *Insight Reels* "Weekly Recommended" di Bulan Oktober

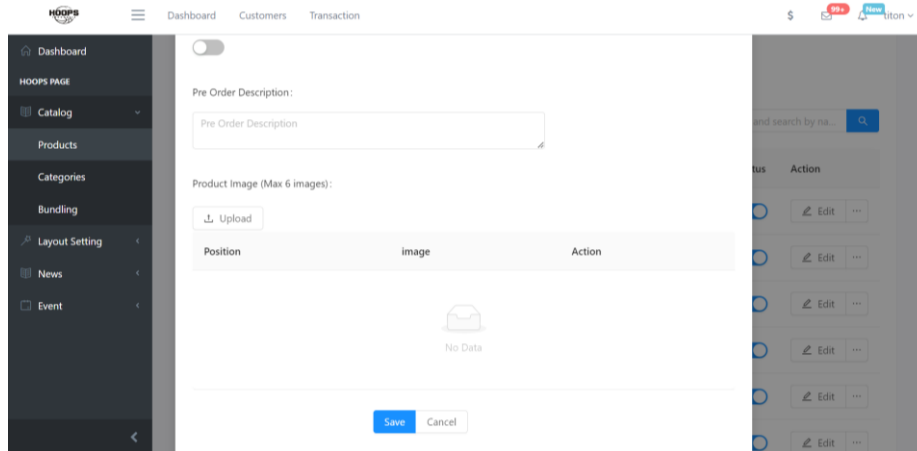
Pada Gambar 14 juga dapat dilihat bahwa interaksi *reels* pada bulan Oktober mengalami peningkatan hingga 28,2% dari bulan September. Dengan rincian interaksi *reels* sebanyak 28.287, *likes* sebanyak 26.421, komentar sebanyak 85, frekuensi disimpan sebanyak 848, dan frekuensi dibagikan sebanyak 933.

	Interaksi Reels	
Interaksi Reels	28287	(+28,2%) vs 1 September - 30 September 2023
Suka Reels	26421	-
Komentar Reels	85	-
Frekuensi Disimpan	848	-
Frekuensi Dibagikan	933	-

Gambar 14. Interaksi *Reels Instagram* di Bulan Oktober

### C. Penyesuaian Ukuran File yang Diunggah di Website Hoops Indonesia

Dalam proses upload foto katalog produk atau basketball news thumbnail, tentunya pada salah satu kegiatan yang dilakukan pada magang ini perlu memperhatikan ukuran atau desain yang akan diunggah. Apabila ukuran dari foto atau desain yang diunggah melebihi 500MB, maka foto atau desain yang diunggah tidak akan muncul, seperti pada Gambar 15.



Gambar 15. Kegagalan Upload File pada Website

Dengan kata lain, dalam melakukan proses pengunggahan foto katalog produk atau *basketball news thumbnail*, tentu perlu dipastikan bahwa ukuran foto atau desain yang akan diunggah harus sudah berada dibawah 500MB. Hal ini dapat diketahui setelah melakukan *trial & error* setelah berkali-kali gagal melakukan pengunggahan file.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan, maka terdapat 3 poin yang dapat disimpulkan, yaitu:

- Pembuatan kesamaan warna *background* antara *template* lama dan *template* baru dari foto produk di Website [www.hoopsindonesia.co.id](http://www.hoopsindonesia.co.id) membuat para *graphic designer* dimudahkan. *Graphic designer* hanya perlu melakukan penyesuaian ukuran foto produk terhadap *template* baru yang dipakai dalam proses migrasi dari Website lama ke Website baru.
- Agar tidak terjadi suatu *error* dalam melakukan pengunggahan foto katalog produk di Website [www.hoopsindonesia.co.id](http://www.hoopsindonesia.co.id), ukuran dari foto katalog produk yang akan diunggah tidak boleh melebihi 500MB.
- Dengan dibuatnya konten "*Weekly Recommended*" akan meningkatkan interaksi dari para audiens di *Instagram* @hoops.indonesia.

### B. Saran

Melihat perkembangan bisnis PT. Java Footwear Sportindo yang terbilang cukup bagus, hal ini cukup berbanding terbalik dengan teknologi yang dimanfaatkan. Seharusnya teknologi yang dimanfaatkan oleh PT. Java Footwear Sportindo dapat lebih dikembangkan mengiringi kemajuan perkembangan bisnis dari PT. Java Footwear Sportindo.

Selain itu, tidak adanya foto model disertai dengan deskripsi tinggi badan dan berat membuat para konsumen ragu untuk membeli produk *apparel*. Dengan kata lain, para konsumen tidak diberikan acuan dalam melakukan pemilihan ukuran yang tepat. Seharusnya, pada produk *apparel* terdapat foto katalog produk disertai dengan foto model mengenakan *apparel* tersebut dan diberikan keterangan tinggi dan berat badan model pada deskripsi produk.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berlangsung selama 6 bulan di PT. Java Footwear Sportindo. Laporan tugas akhir ini merupakan tugas yang harus diselesaikan oleh para mahasiswa jurusan Sistem Informasi program S1 di Universitas Kristen Maranatha sebagai salah satu dari syarat kelulusan. Dalam laporan ini, penulis membahas mengenai manajemen pemasaran digital yang dilakukan oleh PT. Java Footwear Sportindo dengan judul "Manajemen Pemasaran Digital Pada PT. Java Footwear Sportindo". Dalam laporan ini, penulis ingin berterima kasih kepada dosen pembimbing dari penulis, yaitu Ibu Diana Trivena Y, S. Kom. yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan bantuan selama penyusunan laporan.

Dengan terselesaikannya laporan tugas akhir ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Ir. Teddy Marcus Zakaria, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi.
2. Bpk. Sedy Ferdian Sujadi, S.Kom., M.T. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi.
3. Ibu Adelia, S.Kom., M.T. selaku Koordinator Kerja Praktek.
4. Ibu Selvin Tjhie selaku ibu kandung dari penulis.
5. Bpk. Johan Wahyudi, dan Ibu Devi Yuliawati selaku anggota keluarga dari penulis.
6. Sheryl Christabel selaku pasangan dari penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir.

Pembuatan laporan ini tentunya tidak luput dari kesalahan serta kekurangan karena keterbatasan ilmu dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang berkepentingan demi kesempurnaan dari laporan tugas akhir ini. Dengan adanya laporan tugas akhir ini, diharapkan agar para pembaca dapat mengambil pembelajaran serta menambah pengetahuan mengenai topik dari laporan tugas akhir yang telah dilaksanakan oleh penulis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] "About PT. Java Footwear Sportindo." <https://javafootwear.com/#about>
- [2] "History PT. Java Footwear Sportindo." <https://javafootwear.com/#history>
- [3] N. Migotuwio, *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Alinea Media Dipantara, 2020. [Online]. Available: [https://books.google.co.id/books?id=RPTHdWAAQBAJ&dq=definisi+desain+grafis&lr=&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=RPTHdWAAQBAJ&dq=definisi+desain+grafis&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- [4] H. Xie, "Analysis of interaction function of modern graphic design based on technical-aided design," *J. King Saud Univ. - Sci.*, vol. 35, no. 8, p. 102828, 2023, doi: 10.1016/j.jksus.2023.102828.
- [5] K. A. Widiana, "PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG," 2022. [Online]. Available: [https://digilib.unila.ac.id/68271/3/TUGAS\\_AKHIR\\_TANPA\\_BAB\\_PEMBAHASAN.pdf](https://digilib.unila.ac.id/68271/3/TUGAS_AKHIR_TANPA_BAB_PEMBAHASAN.pdf)
- [6] M. M. Abadi, "Desain Grafis untuk Memaksimalkan Konten di Media Sosial," *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*, 2021.
- [7] A. Firdiansyah, "10 Prinsip Desain Grafis yang Perlu Kamu Tahu," *Glints*, 2022. <https://glints.com/id/lowongan/prinsip-desain-grafis/>
- [8] A. Zulkarnain, "PENGUNAAN DESAIN GRAFIS PADA MAJALAH HIDAYATULLAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENARIK MINAT BACA MAD'U DI BANDAR LAMPUNG," UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2018. [Online]. Available: [http://repository.radenintan.ac.id/4445/1/SKRIPSI\\_AFRIZAL\\_ZULKARNAIN.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/4445/1/SKRIPSI_AFRIZAL_ZULKARNAIN.pdf)
- [9] B. A. Hananto, "TINJAUAN TIPOGRAFI DALAM KONTEKS INDUSTRI 4.0," *Pros. Semin. Nas. Desain dan Arsit.*, vol. 3, 2020, [Online]. Available: <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/278/192>
- [10] M. Z. Assidic, "Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan," *Telkom University*, 2023. <https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>
- [11] Northern Highlands Regional, "A Basic Introduction to Typography." <https://www.northernhighlands.org/cms/lib5/NJ01000179/Centricity/Domain/40/digitalartsdocs/intro-to-typography.pdf>
- [12] S. University, "Pengertian Tipografi adalah: Elemen, Fungsi, Tips Penyusunan," 2022. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/tipografi-adalah/>