

Draft konsep arcpta.com

Konsep Final Website Arcipta.com

Dokumen Pedoman Desain, Pengembangan, dan Animasi

Disusun berdasarkan diskusi strategis dan eksplorasi visual-interaksi untuk membangun landing page yang techy, dewasa, dan berorientasi arah (*direction-first*).

A. TUJUAN & PRINSIP UTAMA

Tujuan Website

1. Menunjukkan Arcipta sebagai software house yang berpikir strategis, bukan sekadar eksekutor teknis.
2. Mengedukasi pengunjung bahwa masalah digital berawal dari **arah**, bukan teknologi.
3. Mendorong pengunjung untuk memulai dari konsultasi (*Growth Compass*).

Prinsip Desain

1. **Direction > Technology** sebagai pesan utama.
 2. Visual tenang, modern, dan percaya diri.
 3. Animasi sebagai aksen *storytelling*, bukan *gimmick*.
 4. **Desktop** = sinematik & editorial.
 5. **Mobile** = sederhana, jelas, dan ringan.
-

B. URUTAN SECTION & PENJELASAN

1. HERO — Statement

- **Tujuan:** First impression & positioning.

- **Konten:**
 - Headline utama: **Direction before Technology**
 - Subline penjelas arah berpikir Arcipta
 - CTA ringan (misal: "Diskusi Strategis" / "Mulai dari Arah")
- **Peran:** Menanamkan *mindset* sejak awal dan membuat pengunjung berhenti scroll.

2. PROBLEM SECTION — Reality Check

- **Tujuan:** Validasi masalah pengunjung.
- **Konten:**
 - Headline tentang kesalahan umum dalam digitalisasi.
 - Subline penjelas.
 - Visual (misal: ilustrasi atau foto laptop) sebagai representasi *real-world problem*.
- **Peran:** Membuat pengunjung merasa "ini gue" dan menyiapkan konteks untuk solusi Arcipta.

3. POSITIONING SECTION — Cara Berpikir Arcipta

- **Tujuan:** Menjelaskan siapa Arcipta dan bagaimana pendekatannya.
- **Konten:**
 - Pernyataan bahwa Arcipta **bukan** sekadar vendor IT.
 - Penjelasan singkat tentang pendekatan berbasis arah (*direction-based*).
- **Peran:** Membangun kepercayaan dan menurunkan tensi setelah bagian *problem*.

4. GROWTH COMPASS ARCIPTA — Core Offering

- **Tujuan:** Pintu masuk utama layanan.
- **Konten:**
 - Headline: Kebingungan menentukan kebutuhan digital.

- Tiga tahap solusi:
 1. **Launchpad** (Judul, Deskripsi, Contoh kondisi nyata)
 2. **Operate** (Judul, Deskripsi, Contoh kondisi nyata)
 3. **Innovate** (Judul, Deskripsi, Contoh kondisi nyata)
- **Peran:** Membantu *self-diagnosis* dan mengarahkan ke konsultasi.

5. SERVICE KONKRET — Validasi Teknis

- **Tujuan:** Menunjukkan kapabilitas tanpa menjual berlebihan.
- **Konten:** Daftar layanan teknis, seperti:
 - Website & Digital Presence
 - Aplikasi Web & Sistem Internal
 - Automasi Proses Bisnis
 - Integrasi API & Layanan Pihak Ketiga
- **Peran:** Meyakinkan bahwa Arcipta mampu mengeksekusi, tetapi tetap menempatkan *Growth Compass* sebagai starting point.

6. GALERI — Evidence

- **Tujuan:** Bukti visual.
- **Konten:**
 - Karya / tampilan hasil kerja.
 - Judul galeri sebagai elemen tipografi.
- **Peran:** Menunjukkan *real project* tanpa berubah menjadi *agency showcase* yang berlebihan.

7. HOW WE WORK — Alur Kolaborasi

- **Tujuan:** Memberi rasa aman.
- **Konten:**
 - Step-by-step proses kerja.

- Visual *mockup* mobile di kiri dan kanan.
- **Peran:** Mengurangi keraguan dan menjelaskan proses secara sederhana.

8. CTA FINAL — Conversation

- **Tujuan:** Ajak berdiskusi.
- **Konten:**
 - Kalimat ajakan rendah tekanan.
 - CTA utama "Diskusi" atau "Konsultasi".
- **Peran:** Penutup yang ramah dan menghindari *hard selling*.

9. FOOTER — Closing Statement

- **Tujuan:** Penutup emosional.
 - **Konten:**
 - Teks besar "[arcipta.com](#)".
 - Informasi dasar (kontak, copyright).
 - **Peran:** Memberi kesan *closing* yang kuat, seperti ending film.
-

C. KONSEP ANIMASI (GSAP)

SECTION 1 — HERO

Yang terjadi di layar:

- Gradient **hidup duluan** → web terasa "bernapas"
- "Direction" → fade naik
- "before" → nyusul
- "Technology" → terakhir, lebih subtle
- subline → masuk
- CTA → paling akhir

🧠 Efek psikologis:

"Ini bukan landing page template."

"Mereka ngatur ritme dari detik pertama."

📌 Catatan kecil:

- **Jaga jarak antar kemunculan** (jangan terlalu cepat)
 - Total durasi ideal hero: **1.8 – 2.5 detik**
-

SECTION 2 — PROBLEM (STACKING CARD EFFECT)

⚠️ TRICKY, TAPI KALAU BERHASIL = WAH

Ini bagian paling berisiko tapi paling berpotensi.

Efek yang user lihat (kalau benar):

- Scroll → Section 1 **tetap anteng**
- Section 2 **naik dari bawah dan "menimpa"**
- Kayak kartu baru ditaruh di atas meja

🧠 Efek psikologis:

"Oh... web ini sadar konteks.

Ini bukan scroll biasa."

Gambar Laptop animation(pakai image):

- Muncul dari bawah
- Rotate **±35°**
- Seiring scroll:
 - rotate → 0°
 - y → posisi final

👉 INI KERASA FISIKAL, bukan animasi doang.

Headline & subline berlawanan arah:

- Headline dari kanan
- Subline dari kiri
- Ketemu di tengah sebelum section habis
- berdasarkan scroll

🧠 Efek:

konflik → klarifikasi
(pas banget dengan "problem framing")

📌 Catatan pengaman:

- **JANGAN terlalu cepat**
- Pastikan sebelum section habis:
 - semua elemen sudah "diam"
- Kalau masih bergerak saat scroll lanjut → capek

SECTION 3 — POSITIONING

Setelah 2 section "dramatis",
section ini **harus jadi titik napas**.

Kalau kamu animasiin aneh-aneh di sini → rusak ritme.

SECTION 4 — GROWTH COMPASS (STACKING LAGI)

🔥 **INI BAGIAN PALING KUAT DARI KONSEP**

Efek stacking dari section 3:

- Scroll → section 3 berhenti
- Section 4 **menimpa pelan**
- Transisi terasa "berat"

 Efek psikologis:

| "Oke. Sekarang kita serius."

Per item muncul satu-satu dari bawah (parallax-like)

Yang penting:

ini bukan **fade**, tapi **pergeseran posisi berbasis scroll**.

- Item 1 → naik, settle
- Item 2 → nyusul
- Item 3 → terakhir

Grid = bagian dari item → **keputusan tepat**.

 Efek:

| user ikut turun ke dalam framework berpikir kamu

 Catatan pengaman:

- Pastikan **tidak ada gerakan horizontal**
 - Vertical only = lebih dewasa
 - Parallax per item berdasarkan scroll
-

SECTION 5 — SERVICE KONKRET

Ini bagian "logika".

tidak ada animasi khusus hanya accordion biasa.

SECTION 6 — GALERI (PARALLAX TYPOGRAPHY)

 IDE KECIL, IMPACT BESAR

Tulisan "**Galeri**":

- awalnya **ketutup**

- scroll → tulisan **naik dari balik layer gambar**
- seolah gambar di atas, teks di bawah

🧠 Efek:

| "Oh... layering-nya niat."

📌 Catatan:

- Gerakan **SANGAT TIPIS**
- Jangan sampai lebih heboh dari GC

SECTION 7 — HOW WE WORK + MOCKUP PHONE

- Step stagger → rasional
- Phone kiri → keluar dari kiri
- Phone kanan → keluar dari kanan

🧠 Efek:

| struktur di tengah

| real-world context di samping

📌 Catatan:

- Phone **jangan sampai nutup teks**
- opacity bisa sedikit lebih rendah dari konten utama
- animasi untuk phone berdasarkan scroll

SECTION 8 — CTA FINAL

✓ **TETAP SOFT**

tidak ada animasi aneh aneh, hanya fade biasa

SECTION 9 — FOOTER (EXTENDED SCROLL)

INI SIGNATURE, TAPI HARUS HATI-HATI

Efek yang kamu bayangkan:

- Masuk footer → tulisan **arcipta.com belum ada**
- Scroll lanjut → seolah ada ruang ekstra
- “arcipta.com” muncul **pelan, besar, berat dari bawah**

 Efek:

| penutup film
| bukan sekadar footer

 Catatan PENTING:

- Pastikan user **paham masih bisa scroll**
- Jangan sampai terasa “kok macet?”

SARAN FINAL (SUPER PENTING)

Kalau kamu ragu di tengah implementasi:

| potong animasi, jangan nambah.

PRINSIP UTAMA MOBILE (PEGANGINI DULU)

| Mobile ≠ versi kecil dari desktop
| Mobile = **alur baca + sentuhan jempol**

jadi target mobile kamu **bukan “wah”**, tapi:

- **jelas**
- **ringan**
- **tetap berasa niat**

kalau desktop = *cinematic*

mobile = *editorial clean*



KEPUTUSAN BESAR (DAN BENAR)

👉 STACKING SECTION = DESKTOP ONLY

👉 MOBILE = NO PIN, NO STACK, NO EXTENDED SCROLL



STRATEGI MOBILE — SECTION BY SECTION

1 HERO (MOBILE)

✓ TETAP ADA, TAPI DIPENDEKIN

Yang tetap:

- Gradient hidup (lebih pelan)
- Teks muncul satu-satu (Direction → before → Technology)

Yang dihilangkan:

- Delay panjang
- Dramatic pause

✗ Efek:

| buka web → langsung kebaca → tetap terasa premium

2 PROBLEM SECTION (MOBILE)

✗ HILANGKAN STACKING TOTAL

Ganti dengan:

- normal scroll
- laptop image:
 - fade in
 - naik dikit
 - **NO rotate**

Teks:

- headline fade
- subline fade
- **tanpa arah kiri/kanan**

 **Alasan:**

- rotate + stacking di mobile = UX neraka
 - user scroll pakai jempol, bukan mata sinematik
-

3 POSITIONING

SAMA SEPERTI DESKTOP (AMAN)

- fade ringan
 - stagger kecil
-

4 GROWTH COMPASS (INI PENTING)

 **NO PIN**

 **NO SCRUB PER ITEM**

GANTI DENGAN:

- setiap item = card
- masuk viewport → fade + naik dikit
- **urutan tetap Launchpad → Operate → Innovate**

📌 UX goal:

"oh, gue tinggal baca aja"

kalau kamu maksi pin GC di mobile → user kabur.

5 SERVICE KONKRET

✓ SAMA

accordion justru **lebih cocok di mobile.**

6 GALERI

⚠ PARALLAX SANGAT TIPIS

- teks "Galeri":
 - fade + naik
- **hapus efek keluar dari balik layer**

mobile terlalu sempit buat layering berat.

7 HOW WE WORK

⚠ MOCKUP PHONE = STATIC

- tampil normal
 - fade in aja
 - **jangan keluar dari samping**
-

8 CTA FINAL

✓ SAMA

malah CTA mobile harus **lebih kelihatan.**

9 FOOTER

✗ NO EXTENDED SCROLL

Teks arcipta.com:

- fade in
- scale kecil (0.95 → 1)

extended scroll di mobile = user mikir web error.



IMPLEMENTASI TEKNIS (GSAP)

Pakai `ScrollTrigger.matchMedia`

mental model:

```
ScrollTrigger.matchMedia({  
  "(min-width: 1024px)": () => {  
    // DESKTOP: pin, stack, scrub, parallax  
  },  
  "(max-width: 1023px)": () => {  
    // MOBILE: fade, slide sederhana  
  }  
});
```

Rule emas:

- desktop = storytelling
 - mobile = readability
-



CHECKLIST MOBILE (BIAR AMAN)

Sebelum publish, cek ini:

- Bisa scroll cepat tanpa glitch
- Tidak ada section "nyangkut"

Tidak ada elemen rotate

CTA gampang diklik

FPS stabil

kalau satu aja **X** → potong animasinya.

PENTING!

Harus dicocokkan dengan UI visual(acuan UI)

Dokumen ini siap menjadi acuan untuk tahap desain visual, pengembangan, dan implementasi animasi.