

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal sebagai negara agraris sejak dahulu. Sebagian besar masyarakat Indonesia adalah berprofesi sebagai petani. Letak Indonesia di garis khatulistiwa ini menjadikan tanah air mempunyai kekayaan alam yang sangat melimpah. Maka dari itu tidak bisa dipungkiri bahwasannya masyarakat yang ada hampir sebagian besar berprofesi sebagai petani. Banyaknya sektor pertanian yang dapat diolah dan dihasilkan dapat berperan sebagai aspek terbesar yang mendukung bagi kemajuan Indonesia. Salah satu komoditi pertanian yang dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis cukup tinggi di wilayah Indonesia adalah jamur. Jamur sendiri mudah dijumpai pada wilayah tropis seperti di Indonesia.

Jamur adalah jenis tanaman yang sudah dikenal lama oleh masyarakat karena keberadaan jamur dijadikan sebagai salah satu bahan pangan di Indonesia. Nilai keefisiensi yang dimiliki jamur mudah dijumpai dan dalam proses penanamannya tidak memerlukan bahan kimia jamur banyak diminati oleh masyarakat. Namun tidak semua jenis jamur dapat dikonsumsi karena ada beberapa jamur memiliki racun dan tidak layak untuk dikonsumsi. Oleh karena itu sebagian masyarakat memanfaatkan peluang itu membudidayakan jamur seperti jamur merang, jamur tiram, jamur kuping dan jamur coklat hitam yang layak untuk dikonsumsi.

Tahun 2020 usaha budidaya yang paling banyak diminati adalah jamur tiram putih (*pleurotus ostretatus*). Banyaknya pengusaha yang memilih usaha jamur tiram putih ini karena dengan modal yang tidak cukup besar namun menghasilkan untung yang cukup lumayan besar. Salah satu faktor keberhasilan dalam usaha jamur tiram putih adalah tempat tumbuh jamur atau sering yang disebut baglog.

Baglog sendiri merupakan serbuk gergaji yang terbuat dari kayu atau biasa yang terdapat pada limbah kayu yang mengandung selulosa, hemiselulosa dan lignin yang dapat mempercepat tumbuh jamur. Baglog sendiri mempunyai peranan yang sangat penting sebagai media untuk tumbuhnya jamur karena kualitas jamur yang nanti dihasilkan. Limbah kayu yang digunakan sebagai media tanam jamur ini mengandung beragam manfaat. Selain digunakan sebagai media tanam jamur, lebih ramah lingkungan serta limbah yang digunakan setelah jamur tumbuh bisa dijadikan sebagai pupuk kompos dengan campuran bahan organik lainnya, selain itu sebagian masyarakat menggunakan limbah tersebut menjadi makanan ternak sapi perah.

Hal ini tidak hanya para petani yang dapat menanam jamur, tetapi siapapun dapat menanam jamur dimanapun berada asalkan adanya media jamur atau baglog tersebut. Khususnya media ini menjadikan masyarakat dapat merawat dan memetik jamur tiram langsung dari medianya kemudian diolah menjadi sebuah masakan yang lezat untuk dikonsumsi. Media organik ini sangat ekonomis dan praktis menjadikan masyarakat lebih

memilih media ini untuk dijadikan sebagai sarana media tanam yang bisa dipanen secara langsung. Salah satu perusahaan yang menyediakan media tanam ini adalah Djamoers yo Jamur. Djamoers yo Jamur ini merupakan usaha budidaya tanam jamur yang berada di Baki, Sukoharjo, Jawa Tengah. Perusahaan ini sendiri belum lama berdiri dan belum banyak yang mengenal tidak hanya di daerah sekitar bahkan diluar daerah tersebut.

Maka dari itu perlunya memperkenalkan media tanam jamur ini kepada masyarakat adalah suatu hal yang sangat penting mengingat dalam kondisi new normal diakhir tahun 2020 banyak sebagian dari masyarakat lebih ingin menjaga daya tahan tubuhnya melalui makanan yang dikonsumsi namun tetap memiliki nilai ekonomis. Kenyataan situasi kondisi yang dihadapi banyak orang pula menghabiskan waktunya untuk memilih beraktifitas di dalam rumah dan berselancar ke dunia luar menggunakan internet.

Internet adalah jaringan berjuta-juta komputer di seluruh dunia yang terhubung menggunakan protokol TCP/IP (*Transmission Control Protocol/ Intelektual Protocol*) yang dimana fungsinya sama saling bekerja sama dalam komunikasi data. Internet membantu kehidupan masyarakat dari dari berbagai macam kegiatan dari awal bangun tidur hingga tidur lagi yang membuat masyarakat sangat bergantung kepada internet dan hampir setiap hari orang membutuhkan internet tersebut. Oleh karena itu internet sangat efektif digunakan sebagai sarana media komunikasi bahkan untuk media promosi bisnis tertentu karena kecepatan, jangkauan yang lebih luas, menghemat biaya dan waktu. Kelebihan-kelebihan tersebut menjadikan

sebuah keunikan tersendiri untuk sarana komunikasi ataupun promosi dengan digital marketing yang dibuat khusus untuk tersampaikan ke masyarakat agar tepat sasaran. Produk digital marketing yang menggunakan internet sangat beragam dari media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, bahkan hingga market place tertentu ataupun sebuah website. Website merupakan kumpulan dari berbagai macam halaman situs yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain khusus, yang berada di dalam WWW (World, Wide, Wide) dan terangkum di dalam internet. Website sendiri diminati oleh masyarakat khususnya para pemilik usaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dari suatu bisnis untuk tujuan profesional dibandingkan dengan media lain.

Apalagi disaat pandemi masyarakat lebih memilih berselancar di internet terlebih dahulu daripada langsung datang ke tempat untuk meminimalisir resiko penyebaran beberapa virus. Oleh karena itu kesan pertama atau keefesiensi ini menjadi perhatian khusus dalam membuat website. Salah satu faktor menariknya adalah dari segi tampilan/ visual yg langsung bertatapan dengan pengguna yaitu *user interface* (UI). *User interface* sendiri merupakan tampilan grafis yang langsung berhadapan dengan pengguna internet. *User interface* meliputi warna, icon, ilustrasi, topografi, interaksi yang dirancang khusus agar menarik pengguna maupun konsumen terhadap produk yang kita tawarkan. *User interface* berperan sebagai penghubung *website* dengan pengguna/konsumen/masyarakat. Nilai efesiensinya juga sangat terjangkau karena tidak memerlukan

penginstalan pada ponsel jadi *website* lebih ramah untuk dijangkau untuk masyarakat sebagai media untuk memperkenalkan media tanam jamur ini. *User Interface (UI) Website* memerlukan perancangan yang dapat diimplementasikan dalam sebuah *website* dengan baik oleh developer agar bisa diakses oleh masyarakat namun tidak menghilangkan identitas dari Djamoors yo Jamur itu sendiri.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana konsep *User Interface (UI) Website Djamoors yo Jamur Baki Sukoharjo*?
2. Bagaimana visualisasi *User Interface (UI) Website Djamoors yo Jamur Baki Sukoharjo*?

C. TUJUAN

1. Untuk membuat konsep *User Interface (UI) Website Djamoors yo Jamur Baki Sukoharjo*.
2. Untuk merancang *User Interface (UI) Website brand Djamoors yo Jamur*.

D. MANFAAT

1. Bagi Mahasiswa
Dapat menjadi referensi dalam merancang *User Interface (UI) Website* sebuah perusahaan.

2. Bagi Produsen

Perancangan *website* dapat menjadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan perusahaan ke jangkauan yang lebih luas lagi dan dapat mempermudah proses transaksi dalam pembelian *online*.

3. Bagi Konsumen

Akses informasi mengenai pembudidaya media tanam Djamoers yo Jamur lebih mudah dan proses pembelian secara *online* menjadi lebih efisien dan praktis.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan *user interface website* Djamoers yo Jamur ini mengacu pada ringkasan maupun penelitian yang sudah ada pada sebelumnya.

Salah satunya adalah jurnal Perancangan Promosi Objek Wisata Nagari Sulik AIA Kabupaten Solok Melalui Media Website karya dari Budiwirman dkk berisi tentang perancangan *website* untuk mempromosikan wisata di daerah Sumatra Barat khususnya Nagari Sulik Aia di Kecamatan X Koto Diatas Kabupaten Solok. Promosi media *website* itu juga disajikan dengan beberapa media pendukung seperti, *x-banner*, poster, stiker, baju, kaos, mug dan tas. Perancangan website ini mempertimbangkan bentuk, ukuran, warna serta typografi. (<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/101795>, diakses 4 Agustus 2020)

Jurnal Tugas Akhir Perancangan Website Sweda Customring Sebagai Upaya Membangun Brand Image dari Institut Seni Indonesia

Yogyakarta karya dari Sudi Anang Triana berisi tentang perancangan *website* yang detail dari menu ke menu namun juga sekaligus membangun meningkatkan *brand image* produk dari Sweda yakni brand lokal pengrajin perhiasan perak di daerah Yogyakarta sekaligus menjadikan media promosi melalui sebuah *website*. Teori yang digunakan mengacu pada *teori Brand Image* Sangadji, E.M. dan Sopiah, dan konsep perancangan visual yang mengacu pada gaya visual yang sederhana namun berkesan eksklusif seperti beberapa *website* Jewelry yang telah dipilih sebagai referensi.

Selain itu, menggunakan Jurnal Perancangan Komunikasi Visual Desain Website “*Muggle Division*” Menggunakan Kaidah UI & UX karya Gilang Endra Prastowo dkk dari Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia berisi tentang proses perancangan *website* dengan menggunakan kaidah *user interface* tentang salah satu brand fashion di Yogyakarta untuk menunjang promosi dari brand tersebut. Maka dari itu untuk meningkatkan dan mempermudah pembelian konsumen dibuatlah media *website*. Media promosi yang digunakan untuk penjualan sebelumnya oleh “*Muggle Division*” hanyalah instagram dan email ini dalam pembuatan *user experience* agar pengguna dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan dalam kunjungan ke dalam *website*. Pada jurnal juga selain fokus pada desain *user interface* di jurnal ini juga menjelaskan *user experience* dari (1) *structure plane*; (2) *skeleton plane*; (3) *surface plane* serta disajikan hasil penulisan kode HTML, CSS dan CSS dalam pembangunan *website* “*MuggleDivision*”.

(<http://aksa.stsrdvisi.ac.id/index.php/aksa/article/view/47>, diakses 2 Juli 2020).

Beberapa penelitian jurnal diantaranya Analisis *User Interface* Situs Web Iwearup.com karya Irma Rochmawati dari Universitas Komputer Indonesia berisi tentang analisa tentang instrumental visual situs web *e-commerce* Iwearup.com dari segi *user interface* yang digunakan. Aspek yang diteliti menggunakan teori *Dmitry Fadeyev* (2011) seperti kejelasan (*clarity*), ringkas (*concision*), mudah dikenali (*familiarity*), responsive (*responsiveness*), konsistensi (*consistency*), estetika (*aesthetics*), efisiensi (*efficiency*), pengampunan (*forgiveness*) pada *user interface website* yang digunakan. (<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/view/1459>, diakses 26 Maret 2021).

Analisis Pengalaman Pengguna pada Website Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro karya Puri Sulistiyawati dkk yang berisi evaluasi terhadap *website* DKV Universitas Dian Nuswantoro apakah sudah memenuhi 5 aspek *usability* Jacob Nielson yaitu *efficiency*, *effectivity*, *memorability*, *errors* dan *satisfacation*. Penelitian tersebut menggunakan metode *usability testing* atau uji ketergunaan. Analisa tersebut menghasilkan hanya 2 aspek yang sudah memenuhi standard yaitu *learnbility* dan *memorability*. (<https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/sciencetech/article/view/9150>, diakses 26 Maret 2021).

Adapun Perancangan Web Sebagai Media Promosi Brand Rown Division berisi tentang media promosi melalui website dengan konsep gaya

visual modern minimalis dengan memperhatikan unsur bidang, ruang, ukuran, warna, tipografi, foto, ikon, dan layout sesuai segmentasi yang dituju dengan beberapa sarana promosi lainnya agar ada aksi yang diambil seperti membeli produk via web atau mengunjungi saja.

Selain itu jurnal pengabdian kepada masyarakat Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa karya dari Zufarina dkk dari Universitas Riau diambil sebagai referensi yang menjelaskan tentang program pengabdian ke masyarakat daerah Riau khususnya Desa Seko Lubuk Tigo, Kecamatan Lirik, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau untuk membudidayakan jamur tiram dari proses penyiapan bahan sampai dengan proses pemeliharaan, namun tidak ada proses untuk mengkomunikasikan lebih lanjut akan mengajak kembali masyarakat luas akan hal itu.

Perancangan yang akan dibuat adalah perancangan promosi media tanam jamur yang tetap mempertahankan identitas dari Djamoosers yo Jamur itu sendiri dari proses persiapan pembuatan bahan hingga sampai pemeliharaan bahkan sampai pada ke tangan masyarakat dan mengajak masyarakat untuk berwirausaha dengan jamur yang dihasilkan dengan media jamur yang dibeli serta didukung oleh beberapa media pendukung lainnya.

F. LANDASAN TEORI

1. PERANCANGAN

Perancangan berasal dari kata dasar ‘rancang’ yang berarti bangun desain bangunan. Sehingga perancangan berarti proses, cara, perbuatan merancang (<https://kbbi.web.id/rancang-2> diakses 9 Januari 2021 17:40).

Perancangan merupakan suatu proses buat mendefinisikan suatu yang hendak dikerjakan dengan memakai metode yang bermacam- macam dan didalamnya mengaitkan uraian menimpa seni buat mengimajinasi dan perinci komponen serta pula keterbatasan yang hendak dirasakan dalam proses pengerjaannya (Soetam Rizky, 2011: 140).

Perancangan adalah sesuatu yang hendak dipersiapkan ketika membuat sesuatu karya yang hendak dibuat dengan metode yang terkait dengan seni imajinasi dan komponen yang beragam.

2. USER INTERFACE

User Interface adalah bagian dari sistem dari komputer interaktif yang berkomunikasi langsung dengan pengguna. *User Interface* sendiri sudah semakin berkembang dengan porsi atau bagian yang lebih besar dari perangkat lunak pada sistem komputer karena semakin pesatnya orang yang menggunakan komputer (A. Ralston, E.Reilly and D. Hemmendinger, 2000).

Secara umum dalam *user interface* memiliki beberapa prinsip yang telah digunakan diantaranya :

a. *Aesthetically Pleasing* (Kenyamanan Estetik)

Desain yang estetik, tampilan komposisi visual yang nyaman dilihat serta menarik oleh mata, hal tersebut tanpa kita sadari dapat membuat menarik perhatian oleh *user*. Tampilan visual yang baik membuat sistem komputer lebih mudah untuk digunakan tetapi jika komposisi visual tidak dirancang dengan baik maka hal tersebut dapat membuat tidak kejelasan pada makna atau fungsi yang dimaksud serta membingungkan para pengguna. Tampilan visual juga sangat penting karena sebagian besar komunikasi antara *user* dengan computer menggunakan visualisasi yang baik.

b. *Clarity* (Jelas)

Sebuah *interface* haruslah jelas secara visual, konsep dan kebahasaan. *Interface* harus mengandung kejelasan dari penampilan visual, konsep dan susunan kata. Elemen visual juga harus mudah dipahami agar dapat sesuai dengan konsep dan fungsi pengguna di kehidupan nyata dan analoginya harus nyata serta ringkas. Susunan kata pada *interface* juga harus ringkas dan jelas agar tidak menambah maupun mengurangi kesalahpahaman arti.

c. *Comprehensibility* (Komprehensif)

Sebuah sistem harus dapat mudah dipelajari dan dipahami.

Pengguna (*user*) harus dapat mengerti hal-hal berikut :

- 1.) Untuk apa,
- 2.) Apa yang harus dilakukan,

- 3.) Kapan melakukannya,
- 4.) Dimana dapat melakukannya,
- 5.) Mengapa harus melakukan itu

Beberapa tindakan, respon, elemen visual serta informasi harus masuk akal agar mudah untuk diingat dan mudah untuk dimasukkan kedalam konteks.

d. *Consistency* (Konsistensi)

Konsistensi pada desain adalah hal yang sangat penting dari semua prinsip yang ada, konsistensi telah menjadi sebuah peraturan sakral untuk semua yang berkaitan dengan desain karena dapat mengurangi kegiatan pengguna untuk mempelajari hal yang baru untuk hal yang telah dia pelajari sebelumnya. Ketika sebuah sistem baru mengharuskan pengguna selalu mempelajari setiap bagian berbeda yang intinya sama, hal itu akan membuang waktu sia-sia pengguna.

e. *Efficiency* (Efisiensi)

Gerakan mata dan tangan harus diminimalkan seminimal mungkin. Perhatian pengguna harus ditangkap oleh elemen visual yang relevan saat dibutuhkan. Gerakan mata pembaca antara elemen visual harus bisa diprediksi, jelas dan pendek.

f. *Familiarity* (Familiar)

- 1) Gunakan konsep yang sudah dikenal dan gunakan bahasa yang familiar bagi pengguna.
- 2) Jaga agar antarmuka tetap alami, menirukan pola perilaku pengguna.

3) Gunakan metafora dunia nyata.

Perancangan dilakukan berdasarkan pengetahuan pengguna yang ada. Implementasikan prinsip *familiarity* ke dalam konsep antarmuka, terminology, *workflows* dan tata ruang yang dikenal. Pengoperasian dirancang dengan dengan meniru pola perilaku pengguna, sedangkan dialog meniru proses pemikiran dan kosa kata seseorang. Konsep yang telah familiar memungkinkan pengguna untuk memulai dan menjadi lebih produktif dengan cepat.

g. *Responsiveness* (Responsif)

Responsif yang dimaksud ini adalah umpan balik yang bersifat visual, seperti perubahan bentuk penunjuk *mouse* ketika dalam posisi menunjuk tombol atau tekstual dengan bentuk pesan.

Jangan pernah meninggalkan layar kosong selama beberapa saat, karena pengguna mungkin akan mengira bahwa sistem telah gagal atau galat. Jika sistem memang membutuhkan waktu pemrosesan yang lama atau yang lebih lama dari biasanya, berikan pesan sementara seperti “Sedang Memuat ... “. Pesan seperti berguna untuk pengguna baru atau pemula untuk lebih memahami akan sebuah proses sistem yang mereka gunakan.

h. *Simplicity* (Simpel)

Kesederhanaan pada tampilan bahkan sistem pada *user interface* lebih memudahkan dan meringkas suatu informasi hingga perintah yang disajikan.

Proses perancangan ini juga menggunakan teori psikologi Gestalt dalam mendesain *user interface* karena *user* disini adalah manusia agar mempermudah untuk berkomunikasi oleh *user* atau pengguna diantaranya:

a. Proximity (Kedekatan)

Kedekatan yang dimaksud merupakan mengelompokkan menu berdasarkan fungsi dan jenisnya agar pengguna dapat menemukan perintah ke website dengan mudah.

b. *Similarity* (Kesamaan)

Beberapa komponen memiliki kesamaan bentuk dengan fungsi yang sama agar pengguna tidak kesulitan untuk memilih perintah dan dapat membantu agar setiap elemen tampak mempunyai nyawa yang sama.

c. *Continuity* (Kelanjutan)

Kelanjutan pada tahap ini merupakan cara perancang untuk memandu mata pengguna untuk melihat ke suatu hal sesuai yang dirancang.

d. *Closure* (Pengakhiran)

Memudahkan pengguna untuk mengenali suatu pola objek dengan unsur abstrak dan kompleks.

Selain prinsip, *user interface* memiliki beberapa unsur yang mendukung diantaranya :

a. Color (Warna)

Warna merupakan salah satu unsur penting yang sangat penting dalam visual. Warna dapat dipengaruhi dan ditentukan oleh warna sekelilingnya. Warna adalah tampilan fisik pertama yang sampai ke mata *user*. Warna dapat dilihat karena adanya interaksi atau mempengaruhi antar warna satu dengan warna yang lain. Warna yang menarik perhatian karena warna langsung menyerang indra penglihatan. Jika digunakan dengan benar, warna meekankan informasi logis, memudahkan untuk membedakan komponen layar, menonjolkan perbedaan antar elemen, dan memiliki daya tarik. Namun, apabila tidak digunakan dengan benar warna dapat mengganggu dan dapat melelahkan penglihatan secara visual serta mengganggu kenyamanan sistem.

b. Font

Font adalah salah satu bagian dari tipografi berbebtuk visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Hadirnya tipografi dalam sebuah media trepan visual merupakan faktor yang membedakan antara desain grafis dan media ekspresi visual lain seperti lukisan. Lewat kandungan nilai fungsional dan nilai estetikanya, huruf memiliki potensi untuk menterjemahkan atmosfir-atmosfir yang tersirat dalam sebuah komunikasi verbal yang dituangkan melalui abstraksi bentuk visual.

Huruf atau Font atau *Typeface* merupakan bentuk yang universal untuk menghantarkan bentuk visual menjadi sebuah bentuk bahasa.

Komunikasi memainkan peran penting dalam perancangan *user interface* website dengan tujuan yang baik. Alasan utamanya adalah perancang berusaha untuk menciptakan hubungan langsung antara sebuah aplikasi dengan pengguna, karena dalam hal ini dapat menjadikan pengguna website dapat membantu mencapai sasaran spesifik dengan interaktif melalui website yang dirancang.

Saat memilih font dalam *interface* fokus perhatian pada bentuk huruf dan sesuai dengan kebutuhan ekosistem perangkat dengan layar bersolusi rendah. Secara khusus, font yang baik harus tahan terhadap prinsip keseimbangan dalam estetika : tidak terlalu tipis atau halus, tidak terlalu berat atau mencolok dan mudah diingat. Sudut pandang teknis font tersebut memiliki sejumlah fitur fungsional :

- 1) Huruf kecil – besar sehubungan dengan huruf capital
- 2) Cakupan ruang antar elemen yang lain tidak terlalu sempit
- 3) Fitur pada font sesuai dengan prinsip desain umum
- 4) Elemen moderat ke atas atau ke bawah
- 5) Proporsionalitas
- 6) Cukup ruang antar huruf
- 7) Kontras rendah/ minimum pada *stroke*
- 8) Tegas, serif tegas tanpa kait
- 9) Orientasi pada sumbu vertikal (cocok untuk *grid* pada *pixel*)

c. *Icon* (Ikon)

Icon pada website adalah gambar yang memiliki semacam potensi simbolis dan metafora sebuah elemen navigasi dalam proses interaksi. *Icon* sendiri merupakan symbol visual yang mewakili beberapa tindakan, benda, orang, nyata atau virtual. Beberapa hal yang dapat membuat *icon* menjadi multifungsi dan komprehensif, antara lain:

- 1) Interaktif, yaitu langsung mewakili tombol, control dan elemen interaksi dengan lainnya.
- 2) Mengklarifikasi, yaitu secara visual menjelaskan beberapa fungsi, kategori, tindakan, buka elemen langsung dari interaksi itu sendiri.
- 3) Dekorasi dan menghibur, yaitu memiliki fungsionalitas dan potensi estetika yang lebih tinggi, memberikan tambahan dekoratif yang berbeda dari biasanya, misalnya menampilkan beberapa *icon* perayaan musiman dan lainnya.

d. *Illustration* (Ilustrasi)

“Ilustrasi definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual” (Kusrianto, 2007: 140). Ilustrasi yang digunakan sebagai bagian dari antarmuka harus menjadi elemen yang fungsional. Ilustrasi dalam banyak kasus menjadi cara yang efisien untuk memberikan informasi kepada pengguna lebih cepat dan mudah dipahami daripada dengan hanya menggunakan teks. Agar dapat sesuai dengan elemen tata letak

interface yang efisien ilustrasi yang diterapkan pada *user interface* membutuhkan beberapa fungsi :

- 1) *Meaningful* (memiliki arti)
- 2) *Recognizable* (mudah dikenali)
- 3) Tidak ambigu
- 4) *Clarifying* (jelas)
- 5) *Attractive* (menarik)
- 6) Harmonis dan sesuai dengan konsep gaya umum dari antarmuka
- 7) Meningkatkan kegunaan/ *usability* dan pengalaman/ *experience* pengguna secara umum.
- 8) Tidak membutuhkan waktu memuat yang lama pada sebuah tampilan atau laman.

e. Layout

Layout pada elemen *user interface* ini merupakan elemen tata letak yang sudah dikonsepsi untuk media *user interface* agar tampilan gambar dan teks menjadi komunikatif sehingga pengguna dapat menerima informasi dengan mudah.

f. Brand Design

Merek dalam hal *user interface* berarti semacam gambar dibuat melalui seperangkat fitur yang membedakan, meningkatkan kesadaran dan pengenalan tentang produk atau layanan yang ada di pasaran. Branding dapat diwujudkan melalui serangkaian elemen visual, yang paling banyak yaitu :

- 1) Logo
- 2) Warna merek
- 3) Tipografi: huruf sebagai bagian dari logo atau representasi penuh logo (*wordmark*)
- 4) Jenis dan *font* yang digunakan melalui produk digital maupun fisik yang mewakili merek
- 5) Elemen Grafis (Ilustrasi, desain kop surat, kartu nama dan aset cetak lainnya)

g. Navigation (Navigasi)

Navigasi adalah serangkaian tindakan dan teknik yang membimbing pengguna di seluruh aplikasi maupun website, memungkinkan mereka memenuhi tujuan mereka dan berinteraksi dengan produk.

Beberapa elemen navigasi dalam *user interface* yaitu :

1) *Menu*

Menu adalah salah satu elemen navigasi utama pada sebuah *interface*. *Menu* adalah control grafis yang menyajikan pilihan interaksi dengan antarmuka. *Menu* sendiri merupakan daftar perintah yang disajikan dengan kata kerja yang menandai tindakan yang mungkin dilakukan seperti *save, delete, buy, send* dan lainnya.

2) *CTA (Call to Action)*

CTA adalah control interaktif yang memungkinkan pengguna melakukan tindakan yang dipanggil. Jenis khas dari

elemen interaktif semacam itu dalam sebuah *layout interface* adalah tombol, tab atau tautan.

3) *Bar*

Bar adalah bagian dari *user interface* dengan elemen yang dapat dipilih pengguna untuk segera mengambil beberapa langkah inti interaksi dengan produk atau menginformasikan pengguna tentang tahap proses yang sedang berlangsung, diantaranya adanya:

a) *Tab bar*

Beberapa website memiliki tab bar di bagian samping, atas, maupun bawah yang menyediakan kemampuan untuk beralih antar berbagai bagian website dengan cepat.

b) *Loading bar*

Loading bar adalah sebuah control yang menginformasikan pengguna pada tahap tindakan yang sedang berlangsung, saat proses dalam tahap aktif pengguna dapat melihat aliran waktu atau persentase yang ditunjukkan dalam proses.

c) *Progress bar*

Progress bar memberikan umpan balik proses yang sedang berlangsung sejauh ini misalnya berapa banyak kegiatan yang direncanakan telah berhasil dilakukan.

4) Button

Secara umum, tombol/ *button* adalah kontrol yang memungkinkan pengguna berkomunikasi langsung dengan produk digital dan mengirimkan perintah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu seperti mengirim pesan, membeli produk dan lain sebagainya. Jenis tombol dengan fungsionalitas pada web *interface* diantaranya :

a.) *Hamburger button*

Hamburger button adalah tombol yang fungsinya menyembunyikan tampilan beberapa menu untuk mengaksesnya pengguna harus mengklik atau menyentuhnya dan *list* akan muncul, karena bentuknya terdiri dari garis horizontal yang terlihat seperti roti *hamburger*.

b.) *Plus button*

Plus button adalah tombol yang dapat diakses dengan cara diklik atau disentuh berfungsi menambah konten baru, baik itu kontak baru, pos, catatan, posisi dalam daftar atau apapun yang dapat dilakukan pengguna sebagai tindakan dasar pada produk digital.

c.) *Share button*

Share button adalah tombol yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten atau pembagian langsung

keakun jejaring sosial. Sebagian besar kasus, ditampilkan dengan ikon yang menghadirkan logo dari jejaring sosial tertentu dan mudah dikenali.

5) *Switch*

Switch adalah kontrol yang memungkinkan pengguna mengaktifkan atau menonaktifkan pilihan. Kontrol ini diterapkan dengan tingkat efisiensi dan popularitas yang tinggi dalam *interface modern* karena menghadirkan tiruan langsung dari orang-orang yang terbiasa melakukan *switch* dalam kehidupan nyata seperti tombol *on* dan *off*.

6) *Picker*

Picker memungkinkan pengguna untuk memilih atau menunjuk poin dari deretan pilihan. Biasanya mencakup satu atau beberapa daftar berjejer dari nilai yang berbeda daftar berjejer dari nilai yang berbeda, misalnya jam, menit, tanggal, pengukuran, mata uang dan lain-lain. Jenis elemen interaktif ini banyak digunakan pada antarmuka yang memiliki fungsi pengaturan waktu dan tanggal.

7) *Checkbox*

Checkbox adalah elemen *user interface* grafis yang digunakan untuk menandai bagian tertentu dari konten, biasanya menetapkan pilihan untuk opsi biner. Elemen ini mirip dengan

dunia nyata karena tampilannya sangat mirip dengan proses pengisian tes, kuesioner maupun yang lainnya.

Sehingga *user interface* merupakan bagian yang nampak pada layar terbaca oleh dokumentasi menggunakan keyboard atau mouse. Memiliki fungsi sebagai perantara antara *user* dan sistem informasi agar komputer atau perangkat bisa digunakan.

3. WEBSITE

Website adalah sistem informasi global dimana setiap orang dapat membaca dan menulis menggunakan *computer* yang terkoneksi dengan internet Menurut Galitz, (2007: 9).

a. Sejarah Website

Mengutip laman History of Website, orang yang berjasa menemukan website adalah Sir Tim Berners-Lee. Ilmuwan komputer asal Inggris itu menjadi insinyur software (perangkat lunak) di CERN –laboratorium fisika (partikel besar) yang berada di dekat Jenewa, Swiss. Penemuan website dimulai ketika Berners merasakan masalah atau kesulitan soal bagaimana berbagi informasi satu sama lain. Oktober 1990, Berners menulis tiga teknologi dasar hingga kini menjadi dasar web. Berners juga menulis halaman web browser pertama (“WorldWideWeb.app”) serta server web pertama (“httpd”). Akhir tahun 1990, halaman web pertama akhirnya disediakan di internet secara terbuka. Tahun 1991, masyarakat di luar CERN, termasuk orang awam, juga diundang untuk bergabung dengan

komunitas web baru ini. Awal mula lahirnya website adalah sebagai media atau alat komunikasi otomatis untuk berbagi informasi antar ilmuwan di berbagai belahan dunia. Tim Berners Lee membuka website untuk publik pada 6 Agustus 1991. Tahun 1994, mendirikan World Wide Web Consortium yang berfungsi mengembangkan protokol dan guideline untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang website. Sejarah website dimuat di laman Cern sebagai rumah website pertama (home of the first website). Tahun 1994, terdapat sekitar 2.738 website terdaftar dan aktif. Website dapat dimiliki oleh individu, organisasi, atau perusahaan. Pada umumnya sebuah website akan menampilkan informasi atau satu topik tertentu, meskipun saat ini banyak website yang menampilkan berbagai informasi dengan topik yang berbeda.

b. Fungsi Website

Website memiliki beragam fungsi diantaranya sebagai:

- 1.) Media Informasi. Seperti halnya pengguna mencari sebuah informasi yang belum diketahui, pengguna dapat mengunjungi website untuk mendapatkan informasi yang dituju.
- 2.) Media Hiburan. Pengguna yang bosan memerlukan hiburan dapat melalui website yang diakses seperti halnya youtube.com maupun webtoons.com.
- 3.) Media Komunikasi. Pengguna tidak lepas setiap harinya memerlukan komunikasi, melalui website pengguna dapat

berkomunikasi secara tidak langsung ke pengguna satu ke yang lainnya.

4.) Media Bisnis atau Jual Beli. Tidak menutup kemungkinan melalui website proses jual beli bahkan bisnis dapat berjalan lebih cepat tanpa harus datang ke lokasi.

5.) Media Belajar. Melalui website pengguna dapat belajar banyak hal dan terarah dengan mudah secara *online*.

c. Unsur Website



Gambar 1. Cara Kerja Website
Sumber: habiskerja.com, 2021

1.) Domain

Domain adalah alamat untuk menuju ke dalam sebuah website. Ibarat domain dapat mengarahkan pengguna untuk menuju ke website yang dituju.

2.) Hosting

Hosting adalah tempat menyimpan data, file, dan konten website berupa script, gambar, video, teks, dan sebagainya yang diperlukan untuk membentuk suatu website. Ibarat hosting lahan yang ditempati domain dan konten.

3.) Konten

Konten merupakan isi dari website itu sendiri berupa teks, gambar atau video. Konten website sangat beragam, tergantung jenis dan pemilik website, antara lain:

- a.) Website mesin pencari (google.com, bing.com, yahoo.com)
- b.) Website berita (detik.com, republika.co.id, liputan6.com)
- c.) Website bisnis (gojek.com, shopee.co.id, tokopedia.com)
- d.) Website blog (badoystudio.com, cepetnikah.com)
- e.) Website perusahaan (nike.com, apple.com)
- f.) Website pribadi (sandiuno.com, barckobama.com)
- g.) Website *crowdfunding* (kitabisa.com, gandengtangan.com)
- h.) Website *online learning* (zenius.com, ruangguru.com)
- i.) Website *photo sharing* (istock.com, pixabay.com)
- j.) Website komunitas (kaskus.co.id, kompasiana.com)
- k.) Website banking (klikbca.com, bni.co.id)
- l.) Website filesharing (zippyshare.com , dropbox.com)
- m.) Website *short URL* (bitly.com, TinyURL.com)
- n.) Website ensiklopedia (Wikipedia.com, wikihow.com)

o.) Website media sosial (facebook.com, instagram.com)

d. Komponen dan elemen

1.) Nama Domain

Nama domain merupakan nama yang dituju ke website alias nama asli yang berupa IP address yang berupa nomor acak yang unik. Nama domain digunakan biasanya dengan sistem sewa pertahun. Domain ini dibuat agar mudah diingat pengguna yang mewakili nama brand, perusahaan atau perorangan.

2.) Title

Title ini merupakan judul atau nama dari sebuah halaman website dapat berupa logo atau tulisan yang menunjukkan identitas halaman website.

3.) Header

Header adalah teks yang terletak pada bagian atas halaman berfungsi sebagai identitas utama dari sebuah situs.

4.) Konten

Konten atau isi berupa informasi yang disajikan pada website yang terletak pada tengah website.

5.) Sidebar

Sidebar merupakan bagian informasi tambahan atau widget yang terletak pada bagian kanan ataupun kiri website. Beberapa website dapat menyertakan elemen ini tetapi juga ada

yang tidak menyertakan karena sifatnya opsional tergantung dari kebutuhan pemilik website.

6.) Navbar

Navbar merupakan *Navigation* bar biasanya terletak di bagian paling atas dan selalu terlihat walaupun discroll. Fungsi dari navbar ini untuk mempermudah mengunjungi situs website pada halaman website yang lain.

7.) Menu

Menu pada website sedikit memiliki fungsi yang sama dengan navbar untuk mempermudah mengunjungi situs website, namun pada menu ini berisi link yang mengarah pada halaman website yang lain dan letaknya ditidak selalu di atas ataupun di bawah dapat disamping kanan maupun kiri bagian website.

8.) *Form*

Form atau formulir pada website berupa penginputan data dari pengakses website dapat bersifat wajib atau opsional tergantung dari kebutuhan pemilik website.

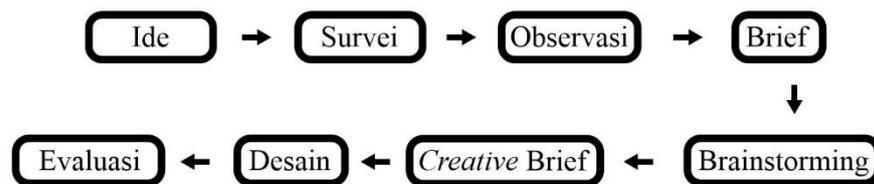
9.) Baseline

Baseline merupakan bagian dasar yang biasanya terletak pada bagian bawah website yang berisi sebagai catatan kaki. Isi Baseline diantaranya informasi hak cipta, kepemilikan, link tambahan, sumber daya, sponsor dan kredit sebuah website bahkan hingga widget.

Sehingga *website* merupakan kumpulan dari berbagai macam halaman situs yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain khusus, yang berada di dalam WWW (*World, Wide, Wibe*) dan terangkum di dalam internet.

G. METODE PERANCANGAN

Sebelum melakukan pembuatan *User Interface (UI) Website* Djamoors Yo Jamur, tahap awal yang perlu dilakukan adalah menentukan konsep rancangan *User Interface (UI) Website* agar ketika dipublikasikan nanti dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan tepat sasaran, sehingga pengunjung situs website Djamoors Yo Jamur dapat menerima pesan-pesan non verbal secara baik dan segera memberikan feedback terhadap perusahaan. Langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah situs website adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Metode Perancangan
Sumber: ICSID 1999 dikembangkan lagi, 2021

1. Ide

Proses dari menemukan sebuah ide dasar yang berbentuk dan tersusun dalam pikiran yang akan direalisasikan dalam bentuk nyata. Ide pada tugas akhir ini melihat karena adanya masa

pandemi COVID-19 yang menyebabkan beberapa perusahaan mengalami kesulitan untuk memasarkan beberapa produknya secara meluas.

2. Survei

Pengumpulan data untuk membantu merealisasikan ide yang telah ada dengan melihat dan mencari tau sepiantas produk apa yang dijual oleh Djamoors yo Jamur yang berlokasi di Mayang RT 03 RW 02, Baki, Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia.

3. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati secara mendalam apa yang sebenarnya dijual oleh Djamoors yo Jamur dengan mengamati logo bahkan hingga membeli produk yang dijual untuk mendalami seberapa berkualitasnya, perawatan media, hingga menghasilkan jamur tiram yang berkualitas untuk menambah wawasan penulis dalam merancang produk tersebut lebih mendalam.

4. Brief

Penulisan perancangan tugas akhir ini merupakan sebuah karya *user interface* yang sesuai dengan segmentasi hingga konsep yang telah dirancang sehingga menghasilkan karya yang sesuai dan tepat sasaran sesuai dengan data dan informasi yang ada.

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk perancangan ini adalah :

- 1) Wawancara dengan *owner* dari Djamoors yo Jamur sebagai pendukung data yang valid mengenai perusahaan itu sendiri
- 2) Pustaka melalui jurnal, buku, skripsi ditelaah kembali sebagai pendukung dari proses perancangan ini agar dapat dipertanggungjawabkan secara teoritis.
- 3) Dokumentasi seperti foto maupun video visual juga dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam perancangan ini serta tolak ukur untuk menentukan hasil karya yang lebih baik.
- 4) Seminar hingga kelas tentang *user interface* juga mendukung dalam proses perancangan ini sebagai bahan referensi secara visual yang baik dari para ahli yang berpengalaman.

b. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Survei hingga observasi ke lapangan mengenai objek yang diteliti, dengan melakukan *interview* kepada narasumber *owner* tentang beberapa pertanyaan yang mendukung data untuk kelengkapan perancangan pengkaryaan ini, selain itu melakukan observasi terhadap produk yang dijual oleh

perusahaan untuk menguji kualitas dan data pendukung penulis dalam perancangan ini.

- 2) Pustaka sebagai acuan teori yang valid berasal dari beberapa buku asing hingga buku lokal, jurnal, tugas akhir hingga skripsi yang tersimpan di perpustakaan ataupun pada *website*.
 - 3) Dokumentasi foto hingga video dari beberapa sumber dari internet hingga mendokumentasikan sendiri untuk mendukung data dalam perancangan ini.
 - 4) Seminar dan kelas *user interface* yang dibahas diikuti secara seksama apabila ada kendala teknis dapat saling *sharing* kepada beberapa ahli lapangan yang berpengalaman.
5. Brainstorming

Menguji beberapa ide dalam perancangan ini untuk menyelesaikan masalah dengan mengkonsultasikan rutin ke dosen hingga para ahli serta tetap menjaga komunikasi dengan pihak Djamoors yo Jamur.

6. *Creative Brief*

Perancangan ini merealisasikan beberapa ide dengan beberapa strategi visual yang tepat dengan sumber data yang ada secara terstruktur dengan baik.

- a.) *Sketch* dilakukan secara manual untuk mengetahui proses dan alur dalam pembuatan *user interface* secara visual kemudian direalisasikan ke dalam komputer untuk direalisasikan sebagai simulasi *interface website* hingga direalisasikan sebagai wujud dari *website* yang sebenarnya.
- b.) Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan ini beragam dari corel DRAW 2020, Adobe After Effect, Adobe Photoshop hingga Figma.
- c.) Visualisasi yang sudah terancang dalam bentuk foto maupun video disesuaikan dengan target yang dituju berdasarkan data yang sudah terobservasi.
- d.) Kemudian visualisasi tersebut direalisasikan dalam bentuk simulasi animasi hingga penerapan pada *website real*.

7. Desain

Berdasarkan hal di atas kemudian dilakukan perancangan desain website dengan menterjemahkan perencanaan ke dalam software desain, keahlian yang perlu didalami adalah ilmu tipografi (kemampuan dalam memilih jenis huruf yang tepat sesuai karakter perusahaan dan penjiwaan setiap huruf), komposisi atau tata letak halaman (kemampuan dan penguasaan membagi ruang halaman), pewarnaan (mengetahui konsep pewarnaan dan pemilihan warna sesuai karakter perusahaan serta teori pencampuran warna).

8. Evaluasi

Hasil karya yang telah dirancang pada tugas pengkaryaan ini disimpulkan apakah tepat sasaran dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dibahas dan saran untuk hasil pengkaryaan agar tetap menjadi lebih baik.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan perancangan ini terdiri dari beberapa bab yang saling berkaitan dengan yang lain diantaranya :

Bab I

Menjelaskan tentang latar belakang tentang kebutuhan dari perancangan serta rumusan masalah, tujuan, hingga manfaat. Selain itu pada bab ini juga menjelaskan tentang tinjauan pustaka hingga landasan teori apa yang digunakan dalam perancangan ini. Bab ini juga menjelaskan bagaimana pemetaan Metode perancangan yang digunakan untuk perancangan serta menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan, sehingga memudahkan untuk penulisan pada bab selanjutnya.

Bab II

Bab ini berisi tentang data objek yang hendak dibahas dalam perancangan mengenai data perusahaan mulai dari sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, satuan tugas dan analisa SWOT sebagai paduan untuk membuat perancangan karya.

Bab III

Bab ini menjelaskan tentang konsep perancangan karya yang hendak dibuat diantaranya analisa data, USP, ESP, positioning, analisa karakter, strategi kreatif, konsep teknis, media plan.

Bab IV

Bab ini berisi tentang perwujudan karya yang dibuat beserta beberapa *mock up* yang hendak direalisasikan.

Bab V

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran dari karya yang dibuat oleh penulis untuk institusi atau untuk dosen pengajar.