

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Fashion atau pakaian adalah cara seseorang memakai pakaian atau aksesoris untuk mengekspresikan diri dan memenuhi kebutuhan fungsional. Pakaian dapat mencakup semua jenis pakaian, dari pakaian sehari-hari hingga pakaian formal atau pakaian khusus untuk aktivitas tertentu. Fashion atau pakaian juga bisa berupa aksesoris seperti sepatu, tas, topi, perhiasan, dan sebagainya.

Ilustrasi dalam fashion juga dapat digunakan untuk membuat sketsa awal dari sebuah desain pakaian. Ini dapat membantu perancang busana memvisualisasikan ide mereka sebelum membuat prototipe pakaian. Ilustrasi fashion dapat dilakukan secara manual dengan menggunakan media seperti pensil, pensil warna, dan cat air, atau dengan menggunakan software desain seperti Adobe Illustrator. Teks dalam mode dapat mengacu pada label, tag, atau deskripsi produk yang dicetak pada pakaian atau aksesoris. Teks dapat memberikan informasi tentang bahan yang digunakan, instruksi perawatan, dan label merek atau desainer. Teks juga dapat digunakan dalam katalog atau iklan mode untuk mendeskripsikan detail pakaian, termasuk detail bahan, gaya, dan desain.

Sablon telah menjadi bagian penting dalam industri kreatif dan percetakan di Indonesia sejak lama. Perkembangan sablon di Indonesia bermula pada tahun 1950an ketika mulai berkembangnya industri tekstil, yang mana pada saat itu sedang dicari cara untuk mencetak pola atau desain

pada kain dengan mudah dan cepat. industri sablon di Indonesia mulai menggunakan teknologi offset dan rotary, yang memungkinkan pencetakan lebih cepat dan dengan kualitas yang lebih baik. Sejak itu, sablon di Indonesia semakin berkembang dan mulai digunakan pada berbagai macam bahan seperti kain.

Sablon adalah proses mencetak gambar atau teks pada permukaan media, seperti kain, kertas, atau plastik. Teknik sablon melibatkan pembuatan sebuah stencil atau template pada permukaan yang kemudian dicetak dengan tinta. Ada beberapa macam teknik sablon, diantaranya: Sablon Screen Printing atau Sablon Tinta Satuan, Sablon Heat Transfer, Sablon Vinyl Cutting, Sablon Emboss atau Deboss. Teknik sablon memiliki keuntungan yaitu mampu mencetak pada berbagai jenis media dan mampu mencetak gambar atau teks dalam jumlah banyak dan cepat.

Perkembangan industri sablon di Sragen dalam lima tahun terakhir menunjukkan tren positif dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah dan masyarakat setempat.

Perkembangan industri sablon 5 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Usaha	Catatan
2020	25	Permintaan stabil dengan persaingan yang ketat
2021	27	Penambahan dua usaha sablon baru
2022	28	Penurunan jumlah usaha akibat dampak pandemi COVID-19
2023	26	Pemulihan sebagian usaha setelah pandemi
2024	30	Pertumbuhan ekonomi yang membaik mengakibatkan peningkatan jumlah usaha sablon

Dengan mulai berkembangnya industri sablon di sragen maka terjadi peningkatan jumlah industri sablon di Sragen baik insdustri rumahan

maupun industri berbasis perusahaan. Banyaknya usaha sablon di Sragen ini membuat persaingan di industri sablon semakin ketat, sehingga banyak usaha sablon yang berinovasi dengan menawarkan produk-produk berkualitas tinggi dan harga yang lebih terjangkau.

Data Kompetitor

No.	Nama Usaha	Alamat	Kontak
1	Sragen Print	Jl. A. Yani No. 10	(0271) 123456
2	Maju Jaya Sablon	Jl. Diponegoro No. 25	(0271) 654321
3	Sablon Cemerlang	Jl. Pahlawan No. 15	(0271) 987654
4	Berkah Sablon	Jl. Kartini No. 8	(0271) 456789
5	Sablon Sejahtera	Jl. Gajah Mada No. 30	(0271) 135790
6	Sragen Sablon	Jl. Ahmad Dahlan No. 5	(0271) 246801
7	Sablon Nusantara	Jl. Veteran No. 12	(0271) 802468
8	Sablon Kreasi	Jl. Merdeka No. 40	(0271) 579013
9	Sablon Terang	Jl. Surya Kencana No. 3	(0271) 357924
10	Sablon Harmoni	Jl. Gatot Subroto No. 20	(0271) 681357
11	Sablon Jaya	Jl. Imam Bonjol No. 7	(0271) 246802
12	Citra Sablon	Jl. Kartika No. 15	(0271) 357801
13	Sablon Mandiri	Jl. Pemuda No. 40	(0271) 468013
14	Jaya Abadi Sablon	Jl. Siliwangi No. 10	(0271) 579246
15	Sablon Mutiara	Jl. Pramuka No. 25	(0271) 135802
16	Karya Jaya Sablon	Jl. Garuda No. 7	(0271) 468021
17	Mitra Sablon	Jl. Anggrek No. 5	(0271) 468023
18	Cahaya Sablon	Jl. Puri No. 8	(0271) 468017
19	Sablon Kreatif	Jl. Dahlia No. 3	(0271) 468015
20	Usaha Sablon Baru	Jl. Kenari No. 12	(0271) 468019

Brand Move Sablon adalah salah satu industri yang bergerak di bidang sablon di Sragen. Perusahaan ini berbasis di kota Sragen dan telah beroperasi sejak 3 Desember 2020. Move Sablon memiliki pengalaman yang luas dalam memproduksi berbagai jenis produk sablon seperti kaos, jaket, topi, dan lain-lain. Move Sablon memiliki misi untuk memberikan layanan sablon dan percetakan yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Industri ini juga berkomitmen untuk memberikan pengalaman

pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, dengan menyediakan jaminan kualitas produk dan layanan yang cepat dan efisien. Selain itu, Move Sablon juga menggunakan teknologi sablon terbaru dan bahan berkualitas untuk menghasilkan produk sablon yang tahan lama. Industri ini juga memiliki tim desain yang kreatif dan profesional yang dapat membantu pelanggan dalam mendesain produk sablon yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Move sablon memang memiliki produk yang cukup bisa bersaing dengan banyak vendor sablon lainnya. Tetapi brand move sablon memiliki beberapa permasalahan yaitu lokasi nya yang berada di daerah yang berada di dalam perkampungan sehingga cukup sulit untuk di ketahui secara offline. Sedangkan untuk beberapa kompetitor yang sebanding juga berada di daerah yang cukup pelosok sudah merambah ke dunia digital untuk memasarkan produknya masing masing. Hal ini dapat dilihat dari mulai banyaknya social media dari beberapa brand sablon dari daerah tersebut. Berkaitan dengan hal ini maka Move Sablon juga memerlukan sebuah langkah baru untuk melakukan sebuah pengenalan kepada masyarakat yaitu dengan merambah ke dunia digital. Maka dari itu dengan adanya fenomena ini diperlukan adanya media digital yaitu sebuah website untuk memperkenalkan brand move sablon kepada masyarakat luas melalui dunia digital.

Internet adalah jaringan jutaan komputer di seluruh dunia yang terhubung menggunakan protokol TCP/IP (Transmission Control Protocol/Intellectual Protocol), dimana fungsi yang sama bekerja sama dalam komunikasi data. Internet membantu kehidupan masyarakat dari

berbagai macam aktivitas mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali yang membuat masyarakat sangat tergantung dengan internet dan hampir setiap hari masyarakat membutuhkan internet. Oleh karena itu internet sangat efektif digunakan sebagai sarana media komunikasi bahkan untuk media promosi bisnis tertentu karena kecepatannya, jangkauannya lebih luas, hemat biaya dan waktu.

Keunggulan tersebut menjadikannya unik sebagai sarana komunikasi atau promosi dengan digital marketing yang dibuat khusus untuk disampaikan kepada masyarakat agar tepat sasaran. Produk digital marketing yang menggunakan internet sangat beragam, mulai dari media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, bahkan hingga marketplace atau website tertentu. Website adalah kumpulan dari berbagai macam halaman situs yang terangkum dalam domain atau subdomain khusus, yaitu dalam WWW (World, Wide, Wibe) dan terangkum dalam internet. Website sendiri diminati oleh masyarakat khususnya pemilik usaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha untuk tujuan professional dibandingkan dengan media lainnya.

Apalagi di era pasca pandemi COVID 19, dimana banyak industri yang mulai beralih ke dunia digital. Oleh karena itu, Kesan pertama atau efisiensi menjadi perhatian khusus dalam membuat website. Salah satu faktor yang menarik adalah dari segi tampilan/visual yang langsung terlihat oleh pengguna yaitu user interface (UI). User interface sendiri merupakan tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna internet. Antarmuka pengguna mencakup warna, ikon, ilustrasi, topografi, interaksi

yang dirancang khusus untuk menarik pengguna dan konsumen pada produk yang kami tawarkan. User interface pengguna bertindak sebagai penghubung antara situs web dan pengguna/konsumen/komunitas. Nilai efisiensinya juga sangat terjangkau karena tidak memerlukan instalasi di handphone, sehingga website lebih mudah diakses oleh masyarakat sebagai media pengenalan Move Sablon. Website User Interface (UI) membutuhkan sebuah desain yang dapat diimplementasikan pada sebuah website agar bisa diakses oleh publik namun tidak menghilangkan identitas Move Sablon itu sendiri.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana konsep User Interface (UI) Website Move Sablon ?
2. Bagaimana visualisasi User Interface (UI) Website Move Sablon ?

C. TUJUAN

1. Untuk membuat konsep User Interface (UI) Website Move Sablon.
2. Untuk merancang User Interface (UI) Website brand Move Sablon.

D. MANFAAT

1. Bagi Mahasiswa

Dapat menjadi referensi dalam merancang User Interface (UI) Website sebuah Industri.

2. Bagi Produsen

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

3. Bagi Konsumen

Akses informasi mengenai Move Sablon lebih mudah dan proses pembelian secara online menjadi lebih efisien dan praktis.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan user interface website Move Sablon ini mengacu pada ringkasan maupun penelitian yang sudah ada pada sebelumnya. Salah satunya adalah jurnal berjudul Perancangan UI/UX Aplikasi my CIC (Universitas Catur Insan Cendekia) layanan informasi akademik mahasiswa menggunakan aplikasi figma. Di dalam jurnal tersebut dijelaskan bagaimana melakukan perancangan dan pembuatan UI dengan menggunakan aplikasi figma. Manfaat jurnal ini bagi tugas akhir saya yaitu jurnal tersebut mampu memberikan arahan melakukan perancangan UI dengan menggunakan aplikasi figma. Perbedaan isi jurnal tersebut dengan karya tugas akhir yaitu di dalam jurnal membahas juga user experience sedangkan karya tugas akhir ini hanya melakukan perancangan desain user interface.

Figma adalah salah satu design tool yang biasanya digunakan untuk membuat tampilan aplikasi mobile, desktop, website dan lain-lain. Figma bisa digunakan di sistem operasi windows, linux ataupun mac dengan terhubung ke internet. Umumnya Figma banyak digunakan oleh seseorang yang bekerja dibidang UI/UX, web design dan bidang lainnya yang sejenis. Perancangan website ini mempertimbangkan bentuk, ukuran, warna serta typografi. (2023 : 211)

Selain itu Dari jurnal dengan judul Redesain Website Marketplace YULIBU.COM Untuk meningkatkan user experience pengguna

menggunakan metode lean UX, di dalam jurnal yang berjudul Website Marketplace YULIBU.COM Untuk meningkatkan user experience pengguna menggunakan metode lean UX melakukan re desain sebuah website marketplace YULIBU.COM dengan tujuan meningkatkan user experience pengguna website marketplace tersebut. Manfaat jurnal tersebut bagi tugas akhir ini dapat menjadi referensi melakukan perancangan website Move Sablon Sragen dengan demikian perancangan website Move sablon dapat dilakukan dengan lebih berdasar pada perancangan yang sudah ada. Perbedaan yang ada pada isi jurnal dengan karya tugas akhir ini yaitu di dalam jurnal ini melakukan redesain dari sebuah website yang sudah ada sedangkan karya tugas akhir ini melakukan sebuah perancangan dari yang belum ada website dari Move Sablon Sragen. Menurut Savira (dalam Setyani, 2019), desain antarmuka (user interfaces) dan pengalaman pengguna (user experiences) menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam proses pembuatan sebuah aplikasi untuk menciptakan kenyamanan dan kepercayaan bagi para pengguna. (2 : 2023)

Dari jurnal yang berjudul Perancangan UI/UX Menggunakan metode Design Thinking berbasis web pada Laportea Company di dalam jurnal tersebut dijelaskan sebuah perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company diperoleh hasil tes usability testing sebesar 91,% dan hasil dari analisa data diperoleh nilai sebesar 86,1%. Maka metode dan pengujian yang digunakan dirasa dapat membantu dalam menghasilkan sebuah prototype produk yang sesuai oleh calon pengguna website online shop laportea company ketika ingin

berbelanja (116 : 2023). Manfaat jurnal bagi tugas akhir ini yaitu dapat menjadi referensi dalam melakukan perancangan ucerinterface website Move Sablon Sragen. Terdapat perbedaan dari jurnal tersebut dengan karya tugas akhir ini yaitu di dalam melakukan sebuah perancangan ucer interface di dalam jurnal tersebut di jelakan menggunakan metode Design Thinking sedangkan dalam karya tugas akhir ini tidak.

Dari jurnal Penerapan Design Thinking pada Perancangan UI/UX Website Spectrum Fitness Purwakarta di jelaskan bahwa Pengembangan desain User Interface dan.pengalaman pengguna dari Website Spectrum Fitness dengan menggunakan.metode Design Thinking. Metode Design Thinking menggunakan lima tahapan, yaitu Empathize, Define, Ideation, Prototype, dan Test. (74 : 2023). Sedangkan manfaat jurnal tersebut bagi karya tugas akhir ini yaitu dapat menjadi menjadi referensi dalam melakukan perancangan ucerinterface website Move Sablon Sragen. Juga terdapat perbedaan dalam jurnal tersebut dengan karya tugas akhir ini yaitu dalam melakukan perancangan menggunakan metode Design Thinking sedangkan perancangan di dalam karya tugas akhir ini tidak.

Perancangan yang akan dibuat adalah perancangan promosi media Move Sablon yang tetap mempertahankan identitas dari Move Sablon itu sendiri

F. LANDASAN TEORI

1. DESAIN

Kata “desain” adalah kata baru yang indonesiakan dari bahasa inggris: design. Sebetulnya kata “rancang” atau “merancang” adalah

terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “desain” menggeser makna kata “rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi Desainer (Sachari, 2000).

Desain merupakan sebuah rancangan atau perencanaan yang dilakukan sebelum seseorang melakukan pembuatan suatu objek, sistem, struktur, ataupun komponen. Secara bahasa, pengertian desain sudah disusun menurut beberapa kamus dan ensiklopedi yang tersusun oleh ahli bahasa dan kaum professional (Sachari, 2005 : 7-8),

Hal ini dipertegas dengan penilaian Bruce Archer (Sachari, 2005: 6), yang menyatakan bahwa desain merupakan perwujudan kebutuhan jasmani dan rohani manusia yang diterjemahkan melalui berbagai pengalaman, keterampilan dan pengetahuan yang mencerminkan perhatian terhadap apresiasi dan adaptasi terhadap lingkungannya. , terutama berkaitan dengan bentuk, komposisi, makna, nilai, dan berbagai tujuan manusia. Jadi, dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa desain adalah perencanaan yang dilakukan sebelum membuat suatu objek, sistem, atau struktur yang diterjemahkan melalui berbagai pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan untuk mencerminkan perhatian terhadap sekelilingnya, yang dikaitkan dengan konfigurasi. , komposisi, makna, nilai dan tujuan fenomena dalam masyarakat.

Dalam desain, ada beberapa elemen yang harus dipelajari dalam merancang sebuah karya. Dilansir dari website Yayasan Pelatihan Anak Bangsa, materi desain komputer dan web mengenai elemen desain grafis,

elemen desain terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1) Garis (Line)

Garis adalah elemen desain yang menghubungkan satu titik dengan titik lainnya sehingga membentuk garis lengkung (curve) atau lurus (straight).

2) Bentuk (Shape)

Bentuk adalah segala sesuatu yang mempunyai diameter, tinggi dan lebar. Pada umumnya bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle).

3) Tekstur (Texture)

Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba.

4) Ruang (Space)

Ruang adalah jarak antara satu bentuk dengan bentuk lainnya, dimana ruang ini dapat dijadikan sebagai elemen untuk memberikan efek estetika desain dan dinamika desain grafis. Dalam mengidentifikasi bentuknya, ruang diklasifikasikan menjadi dua unsur, yaitu objek (figure) dan latar belakang (background).

5) Ukuran (Size)

Ukuran adalah salah satu elemen dari desain menggambarkan ukuran suatu benda. Dengan elemen ini, seorang desainer dapat menciptakan kontras dan penekanan desain objek agar orang tahu mana yang harus dilihat atau dibaca terlebih dahulu.

6) Warna (Color)

Warna merupakan elemen penting dalam objek desain. karena warna memegang peranan penting dalam menampilkan pesan atau jelas membedakan sifat bentuk visual. Warna terbagi menjadi dua kelompok, yaitu warna panas dan warna dingin. Warna panas adalah sekelompok warna dengan rentang setelah dari lingkaran warna (merah ke kuning). Sedangkan Warna dingin adalah sekelompok warna dengan rentang sesudahnya lingkaran warna (hijau ke kuning).

Kata “desain” adalah kata baru yang indonesiakan dari bahasa inggris: design. Sebetulnya kata “rancang” atau “merancang” adalah terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “desain” menggeser makna kata “rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi Desainer (Sachari, 2000).

Di dalam sebuah perancangan desain, prinsip desain merupakan sebuah komponen penting di dalam pertimbangan perancangan karya. mengenai prinsipprinsip desain, dapat dibagi menjadi beberapa prinsip, diantaranya :

1) Kesederhanaan

Yang dimaksud kesederhanaan dalam prinsip desain ini adalah tidak lebih dan tidak kurang atau tepat dan tidak berlebihan. Prinsip ini mengandung tujuan hasil desain menjadi menarik dan pesan yang terdapat dalam karya tersampaikan dengan jelas. Penerapan prinsip misalnya dalam penggunaan huruf dalam judul (headline), subjudul

(subheading), dan tubuh berita (body text).

2) Kejelasan (Clarity)

Kejelasan mempengaruhi penafsiran audien akan sebuah karya. Bagaimana sebuah karya tersebut mudah dimengerti dan tidak menimbulkan ambigu atau makna ganda.

3) Keseimbangan (Balance)

Keseluruhan komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Tidak berat sebelah. Desainer harus memadukan keseimbangan antara tulisan, warna, atau pun gambar sehingga tidak muncul kesan berat sebelah. Ada dua pendekatan dasar dalam prinsip keseimbangan:

- a. Keseimbangan Simetris: susunan dari elemen agar merata ke kiri dan kanan dari pusat.
- b. Keseimbangan Asimetris: pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman.

4) Kesatuan (Unity)

Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Prinsip ini sesungguhnya adalah prinsip hubungan, jika salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut, arah dan lain-lain), maka kesatuan tersebut telah tercapai.

Dengan prinsip kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat.

5) Penekanan (Emphasis)

Ada hal yang perlu ditonjolkan lebih dari yang lain sehingga dapat mengarahkan pandangan ke elemen tersebut. Emphasis disebut juga pusat perhatian. Buat bagian utama (pesan utama yang ingin ditampilkan) dari desain berbeda dari yang lain, baik dari segi warna ataupun bentuknya, agar perhatian audiens lebih tertuju pada bagian utama tersebut.

6) Irama, Ritme (Rhythm)

Ritme adalah pembuatan desain dengan prinsip yang menyatukan irama. Bisa juga berarti pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Irama adalah pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk-bentuk alah bisa kita ambil contoh pengulangan gerak pada ombak laut, barisan semut, gerak dedauan, dan lain-lain. Pengulangan (mengulangi unsur serupa ddengan cara yang konsisten) dan variasi (perubahan dalam bentuk, ukuran, posisi atau elemen) adalah kunci untuk menciptakan visual ritme. Menempatkan elemen dalam sebuah layout secara berkala memberikan kesan halus, tenang dan santai.

Jenis irama meliputi regular, mengalir (flowing), dan prosesif atau gradual. Prinsip ritme dalam desain disebut juga prinsip pengulangan (repetisi).

7) Proporsi

Proporsi dapat diartikan pula sebagai perubahan ukuran/size tanpa perubahan ukuran panjang, lebar, atau tinggi, sehingga gambar

dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.

Pada dasarnya, proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang. Dalam bidang desain, semua unsur berperan menentukan proporsi, seperti hadirnya warna cerah yang diletakkan pada bidang/ruang sempit.

Tujuan utama dari sebuah desain adalah untuk merancang sebuah sistem yang berupa objek visual dengan tujuan agar bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat.

2. USER INTERFACE

Pengertian user interface yakni mekanisme penerimaan informasi dari pengguna (user) dan memberikan sebuah informasi kembali kepada pengguna (user) guna membantu dalam mengarahkan alur penelusuran masalah sampai mendapat hasil penyelesaian (Griffin dan Baston, 2014). Desain user interface adalah proses menciptakan sebuah media komunikasi yang efektif di antara manusia dan komputer (Pressman, 2010).

Menurut Zamri dan Nasser, (2015: 48) ada sepuluh elemen penting sebagai penunjang desain user interface pada perangkat mobile, elemen ini dihasilkan dari sebuah penelitian dan menganut beberapa teori sebelumnya, yaitu:

a. Connectivity

Sebuah aplikasi akan berguna ketika mampu memenuhi kebutuhan dari setiap pengguna yang menggunakannya. Langkah terpenting agar sebuah aplikasi mampu memenuhi kebutuhan

penggunanya adalah dengan dilangsungkannya komunikasi antara user dengan developer. Langkah awal untuk menjalin komunikasi yaitu dengan dibuatnya fitur notifikasi antara user dengan developer. Fitur notifikasi itu komunikasi satu arah yang digunakan sebagai pemberitahuan mengenai kondisi dan perkembangan aplikasi tersebut. Namun, alangkah baiknya sebuah aplikasi juga mencantumkan kontak developer sebagai sarana penyampaian saran dari user. Connectivity diukur menggunakan beberapa indikator yaitu Communication, speed and recovery dan Notification.

b. Simplicity

Poin ini fokus kepada terbatasnya ingatan manusia, oleh karena itu pentingnya menyederhanakan sebuah tampilan pada aplikasi terutama ketika user harus memberikan input kepada sistem. Pengembang memberikan type keyboard variasi yang populer, seperti untuk URL, email, nama, nomor dan lain-lain. Lalu membentangkan auto correct yang membantu pengisian pengguna. Dengan menerapkan poin ini, maka user tidak perlu mengingat data yang harus di-input ke sistem. Karena data yang harus di-input, sudah disediakan oleh sistem. Dengan seperti itu mempermudah user dalam menggunakan aplikasi tersebut. Simplicity diukur menggunakan indikator Reduce memory load dan Simply user input.

c. Directional

Poin ini membahas mengenai cara user menavigasi suatu

aplikasi sehingga mampu memaksimalkan fitur pada sebuah aplikasi. Sebuah aplikasi harus mampu menuntun pemustaka dalam melalui proses langkah demi langkah pada menu, atau prosedur yang memerlukan informasi terkait yang diperlakukan melalui aplikasi. Terdapat beberapa poin penting dalam memaksimalkan navigasi pada touchscreen yaitu : size font, font type, responsive, keyboard typing size, screen position, scrolling. Directional diukur menggunakan indikator Iconic Design dan Clearly Interaction.

d. Informative

Informative merupakan kemudahan dan kelengkapan akses informasi yang memungkinkan pengguna tercukupi kebutuhan informasinya. Pada penelitian ini informative mencangkup pada pemenuhan kebutuhan informasi pengguna pada sebuah aplikasi iJateng. Informative diukur menggunakan indikator Feedback.

e. Interactivity

Poin ini merupakan salah satu poin yang cukup penting untuk menunjang user experience dari suatu aplikasi. Biasanya yang dianggap sebagai pemenuhan poin ini adalah tombol undo atau cancel. Dengan demikian user merasa nyaman saat mencoba untuk melakukan eksplorasi pada aplikasi, karena perlakuan yang dicoba bisa di cancel / undo. Interactivity diukur menggunakan indikator simple and clear navigation dan easy reversal of action.

f. User Friendliness

Dalam merancang user interface aplikasi, seorang interface

designer harus memperhitungkan jenis variasi user nya. Baik itu dari segi latar belakang budaya dan bahasa, juga variasi tingkat pemahaman user terhadap aplikasi. Pada poin ini yang lebih sering dipikirkan adalah perbedaan kebudayaan user, sehingga aplikasi harus dirancang dalam berbagai macam bahasa dan penggunaan bahasa yang sederhana. User friendliness diukur menggunakan indikator language required, layout dan user friendly.

g. Comprehensiveness

Sebuah aplikasi perangkat mobile harus memiliki orientasi sebagaimana perangkat mobile bekerja. Terdapat tiga buah orientasi yang seharusnya bekerja pada perangkat mobile yaitu: portrait, landscape dan dynamic context, Semua orientasi itu harus mampu dioptimalisasikan pada perangkat mobile. Selain berorientasi sebagai perangkat mobile sebuah aplikasi harus mampu terintegrasi dengan pihak ketiga (aplikasi media sosial) demi mempermudah penyebaran informasi. Comprehensiveness diukur menggunakan indikator dynamic context dan integration.

h. Continuity

Konsistensi dibutuhkan dalam sebuah aplikasi, Gunanya adalah supaya user, terutama novice user (pengguna pemula), tetap dapat mengenali halaman yang dilihat masih dalam lingkup atau masih memiliki hubungan dengan aplikasi yang digunakan. Continuity diukur menggunakan indikator consistency dan similar action and position.

i. Personalization

Poin ini terutama sangat disukai oleh user yang sudah terbiasa menggunakan aplikasi, karena biasanya user ingin memiliki tampilan yang bisa diatur oleh user sendiri sesuai preferensi dari user. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan user terhadap aplikasi yang sangat mempengaruhi user experience terhadap aplikasi tersebut. Personalization diukur menggunakan indikator user control.

j. Internal

Sebuah sistem memungkinkan terjadinya kesalahan pada pengguna. Jika terjadi kesalahan fatal maka sistem seharusnya dapat mendeteksi kesalahan dan mampu memberikan petunjuk yang sederhana, berguna, dan spesifik untuk pemulihan kesalahan sistem tersebut. Internal diukur menggunakan indikator prevent errors dan assistance and policy.

Deborah J. Mayhew, dengan General Principles Of UI Design, atau Prinsip Umum Desain User Interface. Secara umum dalam user interface memiliki beberapa prinsip yang telah digunakan diantaranya :

1) User Compatibility,

yang bisa berarti kesesuaian tampilan dengan tipikal dari user. karena berbeda user bisa jadi kebutuhan tampilannya berbeda. misalnya, jika aplikasi diperuntukkan bagi anak-anak, maka jangan menggunakan istilah atau tampilan orang dewasa.

2) Product Compatibility

istilah ini mengartikan bahwa produk aplikasi yang dihasilkan juga harus sesuai. memiliki tampilan yang sama/serupa. baik untuk user yang awam maupun yang ahli.

3) Task Compatibility

berarti fungsional dari task/tugas yang ada harus sesuai dengan tampilannya. misal untuk pilihan report, orang akan langsung mengartikan akan ditampilkan laporan. sehingga tampilan yang ada bukanlah tipe data (dari sisi pemrogram).

4) Work Flow Compatibility

aplikasi bisa dalam satu tampilan untuk berbagai pekerjaan.. jika tampilan yang ada hanya untuk satu pekerjaan saja. misal untuk kirim mail, maka kita harus membuka tampilan tersendiri untuk daftar alamat.

5) Consistency. Konsisten.

Contohnya, jika menggunakan istilah save yang berarti simpan, maka gunakan terus istilah tersebut.

6) Familiarity,

Icon disket akan lebih familiar jika digunakan untuk perintah menyimpan.

7) Simplicity

Website harus menyediakan pilihan default untuk suatu pekerjaan.

8) Direct Manipulation,

manipulasi secara langsung. misalnya untuk mempertebal huruf, cukup dengan ctrl+B.

9) Control,

berikan kontrol penuh pada user, tipikal user biasanya tidak mau terlalu banyak aturan.

10) WYSIWYG, What You See Is What You Get,

buatlah tampilan mirip seperti kehidupan nyata user. dan pastikan fungsionalitas yang ada berjalan sesuai tujuan.

11) Flexibility,

tool/alat yang bisa digunakan user. jangan hanya terpaku pada keyboard atau mouse saja.

12) Responsiveness

tampilan yang dibuat harus ada responnya. misal, yang sering kita lihat ketika ada tampilan please wait... 68%... m. Invisible Technology. user tidak penting mengetahui algoritma apa yang digunakan. Contohnya untuk mengurutkan pengguna tidak perlu mengetahui algoritma yang digunakan programmer (max sort, bubble sort, quick sort, dst)

13) Robustness, handal.

Dapat mengakomodir kesalahan user. jangan malah error, apalagi sampai crash.

14) Protection

melindungi user dari kesalahan yang umum dilakukan. misalnya dengan memberikan fitur back atau undo.

15) Ease of Learning.

Website mudah dipelajari.

16) Ease of use,

Website harus mudah digunakan

3. WEBSITE

World Wide Web (WWW) atau sering disebut Web merupakan salah satu sumber daya internet yang berkembang pesat. Informasi Web didistribusikan dengan pendekatan hyperlink yang memungkinkan seseorang memperoleh informasi dengan meloncat dari satu halaman ke halaman lain (Juliany et al., 2018).

Website merupakan sebuah komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga menjadi media informasi yang menarik untuk dikunjungi oleh orang lain maka dari makna itu, bisa kita fahami bahwa definisi website secara sederhana adalah informasi apa saja yang bisa diakses dengan menggunakan koneksi jaringan internet (Zufria & Azhari, 2017).

Kegunaan dari halaman web adalah kunci untuk membuat halaman web mudah digunakan dan menyenangkan. Sebagai tambahan, tetap sederhana akan membantu untuk meningkatkan efektivitas dalam memberikan fokus perhatian pada pengguna akhir. Penggunaan pencampuran atau kombinasi kontras warna dapat membantu menangkap perhatian pengunjung pada halaman web. Warna memainkan peran penting dalam meningkatkan kegunaan pada kehidupan manusia. Misalnya sistem di remote TV, setiap tombol disorot dengan warna yang berbeda sehingga pengguna dapat menavigasi dengan mudah dari satu daerah ke daerah lain secara efektif (Zin, 2015).

Secara umum situs web mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Fungsi komunikasi

Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web (server side) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti web mail, form contact, dan chatting form.

2) Fungsi informasi

Situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isisnya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafik yang dapat di download dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti shockwave dan java diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti news, profile company, library, dan reference.

3) Fungsi entertainment

Situs web juga dapat memiliki fungsi entertainment (hiburan). Bila situs web kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah game online, film online, dan music online.

4) Fungsi transaksi

Situs web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.

Ada beberapa jenis situs web yang dikelompokkan sesuai tujuannya yaitu sebagai berikut (McFadden, 2005):

1) Alat Pemasaran

Saat ini media pemasaran tidak hanya media cetak saja. Media elektronik sejenis situs juga dapat digunakan sebagai media pemasaran. Pemasaran melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang jauh lebih luas.

2) Nilai Tambah

Pada umumnya konten situs web berupa referensi atau informasi tambahan dari apa yang sudah diberikan secara offline. Contohnya seperti di perpustakaan sudah disediakan koleksi skripsi secara tercetak namun di web perpustakaan terdapat repository skripsi yang lebih banyak dan dapat diakses dengan mudah dengan cara men-download bentuk softfile-nya.

3) Katalog

Untuk di perpustakaan katalognya berupa katalog online yang dapat diakses melalui web perpustakaan. Pada katalog tersebut tersedia koleksikoleksi yang dimiliki oleh perpustakaan.

Pemustaka dapat mengakses koleksi tersebut dengan cara memasukkan judul, pengarang maupun subjek dari suatu koleksi yang dibutuhkan. Sedangkan untuk melakukan peminjaman pemustaka dapat langsung meminjam keperpustakaan.

4) E-Commerce

E-Commerce merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik.

5) E-Learning

Filosofis e-learning sebagai berikut: Pertama, e-learning merupakan penyampaian informasi, komunikasi, pendidikan, pelatihan secara on-line. Kedua, e-learning menyediakan seperangkat alat yang dapat memperkaya nilai belajar secara konvensional (model belajar konvensional, kajian terhadap buku teks, CD-ROM, dan pelatihan berbasis computer) sehingga dapat menjawab tantangan perkembangan globalisasi. Ketiga, e-learning tidak berarti menggantikan model belajar konvensional di dalam kelas, tetapi memperkuat model belajar tersebut melalui pengayaan konten dan pengembangan teknologi pendidikan. Keempat, kapasitas siswa dalam menguasai bahan yang disampaikan lewat e-learning amat bervariasi, tergantung bentuk, isi, dan cara penyampaiannya.

6) Komunitas

Sebuah situs web yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagi pengalaman, cerita, ide, dan lainnya, bisa juga mencari dan menambah teman, atau untuk membuat suatu perkumpulan baru.

7) Portal

Portal adalah aplikasi berbasis web yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita, dan link ke situs khusus. Untuk memudahkan penggunaannya biasanya disediakan fasilitas pencarian dan pengorganisasian informasi.

8) Personal

Situs personal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau menginformasikan tentang seseorang. Biasanya berisi tentang biodata, portofolio (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi, atau sebagai diary yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang di-publish agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentang seseorang.

4. MEDIA

Media adalah sesuatu yang bersifat untuk penyalur pesan dan bisa menjadi alat komunikasi satu sama lain, keinginan yang kuat pada manusia bisa mendorong terjadinya proses belajar pada manusia tersebut. (Sanaky, 2013) Sedangkan menurut (Djamarah & Zain, 2010) Media merupakan alat

sarana yang dapat dijadikan penyalur pesan dengan tujuan pembelajaran atau tujuan lainnya.

Di era perkembangan digital, ada satu media baru muncul dan menjadi media yang banyak digunakan yaitu media sosial yang merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia. (Mulyani, 2014 : 25)

Gerald dan Ely (1971) dalam Arsyad (2015:3) mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronik untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Pengelompokan berbagai jenis media yang dikemukakan oleh Leshin, Pollock dan Reigeluth (1992) dalam Arsyad (2015 : 38) mengklasifikasikan media ke dalam lima kelompok, yaitu:

1) Media Berbasis Manusia

Guru, instruktur, tutor, main-peran, kegiatan kelompok, field-trip.

2) Media Berbasis Cetak

Buku, penuntun buku latihan (workbook), alat bantu kerja, dan lembaran lepas.

3) Media Berbasis Visual

Buku, alat bantu kerja, bagan, grafik, peta, gambar, transparansi, slide.

4) Media Berbasis Audio-Visual

Video, film, program slide-tape, televisi .

5) Media Berbasis Komputer

komputer, interaktifvidco, hypertext.

Mengacu pada media yang berbasiskan komputer dalam penggunaannya, Arsyad (2015:95) mengatakan bahwa simulasi pada komputer memberikan kesempatan untuk belajar secara dinamis, interaktif, dan perorangan.

5. PROMOSI

Menurut Rangkuti (2009:49) promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 120) Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

Menurut Rangkuti (2009: 51) dalam bukunya Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan utama yaitu mencari laba. Umumnya promosi yang dilakukan perusahaan harus didasari oleh tujuan sebagai berikut:

1) Modifikasi tingkah laku.

Pasar adalah tempat pertemuan di mana orang-orang hendak

melakukan kegiatan pertukaran, orang-orangnya terdiri dari berbagai macam tingkah laku. Begitu juga dengan pendapat mereka tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiaannya terhadap barang dan jasa tersebut juga berbeda. Maka dari itu tujuan promosi adalah untuk mengubah tingkah laku dan pendapat suatu individu, dari yang semula tidak menerima suatu produk, menjadikannya setia terhadap produk tersebut.

2) Memberikan Informasi.

Kegiatan promosi ditujukan untuk menginformasikan kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk. Informasi tersebut seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan, dan lain-lain.

3) Membujuk.

Pada umumnya promosi ini kurang disenangi masyarakat. Namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi ini banyak bermunculan. Promosi ini dilakukan untuk mendorong adanya pembelian.

4) Mengingat.

Promosi bersifat mengingat ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Promosi ini dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Perusahaan berusaha memperhatikan dan mempertahankan pembeli yang ada, karena pembeli tidak hanya sekali melakukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terusmenerus.

Indikator-Indikator yang Digunakan dalam Promosi Online

Menurut Rangkuti (2009:230) indikator yang digunakan dalam promosi secara online adalah:

1) Iklan

Indikator yang digunakan dalam online IMC adalah link ke situs lainnya, serta iklan yang diletakkan dalam situs yang bersangkutan.

2) Sales Promotion

Indikator yang digunakan yaitu: (a) Menawarkan sesuatu secara gratis, (b) memberikan kupon diskon atau penawaran khusus, (c) memberikan program yang Jurnal Common | Volume 3 Nomor 1 | Juni 2019 berhubungan dengan program loyalitas, (d) mengadakan program yang berkaitan dengan undian dan juga permainan (e) mengadakan games online.

3) Pubic Relation

Indikator yang digunakan yaitu: (a) kumpulan pertanyaan yang sering ditanyakan oleh konsumen serta jawaban atau biasa disebut dengan frequently asking questions, (b) press centre, (c) press release, (d) galeri foto, (e) pendaftaran untuk menerima e-newsletter, (f) testimonial atau buku tamu online, (g) merekomendasikan situs ke orang lain, (h) e-postcards gratis atau bentuk-bentuk file lain yang dapat diunduh secara gratis.

4) Direct Marketing

Indikator yang digunakan yaitu: (a) nomor telepon, (b) nomor faksimile, (c) adress, (d) alamat surat, (e) link ke e-mail, (f) formulir

tanggapan secara online, (g) site map, (h) search index, (i) virtual tour, (j) section yang menjelaskan hal-hal terbaru atau what's new, (k) kalender kegiatan, (l) informasi tentang nilai tukar, (m) joke atau gambar kartun, (n) denah lokasi, (o) fasilitas untuk menggunakan bahasa lain.

5) Personal Selling

Indikator yang digunakan yaitu adanya fasilitas yang dapat melakukan penjualan secara online, seperti fasilitas booking online, melakukan pemesanan online, melakukan penjualan online, dan berbagai fasilitas transaksi lainnya secara online. Cara pembayaran secara online juga sebaiknya ikut digunakan seperti menggunakan credit card dan paypal.

6. MEDIA PROMOSI

Media promosi website memiliki waktu yang fleksibel yang dimana dapat diakses dimanapun dan kapanpun, baik itu menggunakan desktop maupun mobile. Hal ini juga didukung oleh Prihatna (2005:36)

Menurut Nickels dalam Swastha & Irawan (2008:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Metode yang digunakan dalam kegiatan promosi terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat. Promosi mengacu pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk berkomunikasi kebaikan produk dan membujuk

pelanggan sasaran dan konsumen untuk membeli produk. Sehingga dapat disimpulkan tentang promosi yaitu landasan kegiatan Promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong kreasi penjualan.

Media adalah sarana atau alat untuk menampilkan dan memperkenalkan informasi secara visual dan audio-visual sesering mungkin kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Dalam mengadakan iklan, perusahaan dituntut untuk memilih media periklanan yang tepat. Ini sangat penting karena tidak semua iklan cocok untuk mengiklankan suatu produk.

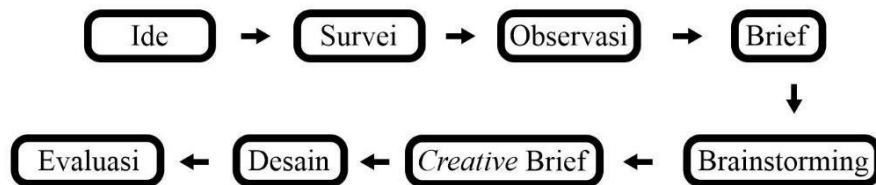
Menurut Stanton dalam Swastha & Irawan (2008:349) Promotional Mix adalah “kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Bauran Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.

G. METODE PERANCANGAN

Sebelum membuat Website User Interface (UI) Move Sablon, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menentukan konsep desain Website User Interface (UI) agar ketika dipublikasikan nanti dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan tepat sasaran, sehingga pengunjung situs web Move Sablon dapat menerima pesan non-tradisional. secara lisan

dan segera memberikan umpan balik kepada perusahaan. Langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam mendesain website adalah sebagai berikut:



Gambar 01. 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. Survey

Pengumpulan data untuk membantu merealisasikan ide yang telah ada dengan melihat dan mencari tau sepiantas produk apa yang dijual oleh Move Sablon yang berlokasi di Dusun Bedoro, Kec. Sambungmacan, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah.

3. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati secara mendalam apa yang sebenarnya dijual oleh Move Sablon dengan mengamati logo bahkan hingga membeli produk yang dijual untuk mendalami seberapa berkualitasnya, perawatan media, hingga menghasilkan produk jadi 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

- 1) Wawancara dengan owner dari Move Sablon 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 menurut Sugiyono (2018:476) merupakan suatu cara untuk mengambil fakta berupa dokumen, arsip, atau buku, dan menemukan hasil berupa informasi atau masukan yang berguna untuk bagi penelitian. 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 Move Sablon.

6. Creative Brief

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

1) 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.

- 2) Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan ini beragam dari Adobe After Effect, Adobe Photoshop hingga Figma.
- 3) Visualisasi yang sudah terancang dalam bentuk foto maupun video disesuaikan dengan target yang dituju berdasarkan data yang sudah terobservasi.
- 4) 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 akan terdiri dari beberapa bab yang saling berkaitan dengan yang lain diantaranya :

Bab I

Menjelaskan latar belakang tentang persyaratan desain serta rumusan masalah, tujuan, dan manfaat. Selain bab ini juga menjelaskan tinjauan literatur dengan dasar teori yang digunakan dalam rencana ini. Bab ini juga menjelaskan cara memetakan Metode desain yang akan digunakan untuk mendesain dan mendeskripsikan Sistematika penulisan yang digunakan, memudahkan dalam menulis di bab berikutnya.

Bab II

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

Bab III

Bab ini menjelaskan tentang konsep desain karya yang akan dibuat termasuk analisis data, USP, ESP, positioning, analisa karakter, strategi kreatif, konsep teknis, media plan.

Bab IV

Berisi tentang perwujudan karya berupa mock up sesuai yang telah di konsepskan di bab sebelumnya.

Bab V

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari sebuah perancangan User

interface Move sablon dan daftar Pustaka sebagai refrensi dari pembuatan tugas akhir yang dibuat baik dari artikel maupun internet.

