

# BAB I

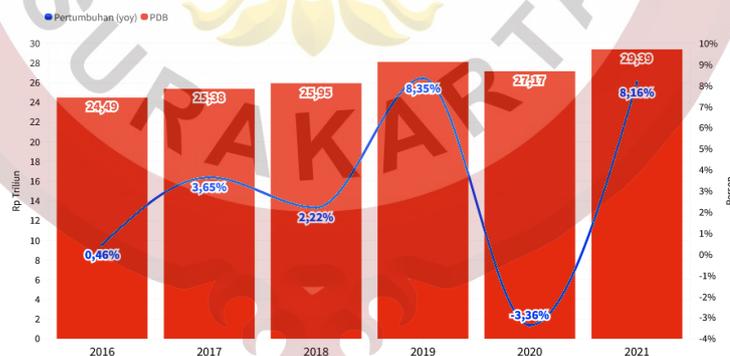
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya raya akan sumber daya alam hutan yang berlimpah. Dilansir dari laman Merdeka.com Benny Wahyudi selaku Direktur Jendral Industri Argo Kementerian Perindustrian memaparkan, Tersebar nya hutan diberbagai kawasan Indonesia menjadikan Indonesia negara kaya akan bahan baku terutama di sektor rotan dan kayu, dengan luas kurang lebih 133,84 juta hektar hutan tropis. Berdasarkan data Direktur Keuangan PT. Integra Indocabinet Tbk (WOOD), adanya potensi sumber kehutanan Indonesia yang besar menjadikan Indonesia sebagai negara produksi *Hardwood* yang masuk kedalam 3 besar di dunia. *Hardwood* atau kayu keras merupakan jenis kayu dari pohon berdaun lebar, kayu yang dihasilkan oleh pohon yang berbiji di dalam buah dan berpori. Beberapa jenis kayu *Hardwood* diantaranya kayu jati, maple, mahoni, ulin, bengkirai, dan sebagainya, kayu tersebut berkualitas tinggi dan memiliki berbagai macam corak serta tahan lama menjadikan kayu ini banyak digunakan untuk bahan Furnitur.

Sumber bahan baku alami yang melimpah ditambah dengan berbagai macam keragaman corak desain yang berciri khas local disetiap daerah, menambah tingginya daya saing Furnitur di Indonesia. Setiap daerah Indonesia memiliki gaya dan ciri khas pada produk mebelnya. Faktor inilah yang membuat para pengusaha mebel Indonesia berlomba-lomba untuk menggaet

konsumen sebanyak mungkin guna memperluas jangkauan pasar mebel, baik melalui bahan dan gaya desain yang ditawarkan hingga cara mempromosikan produk ke khalayak luas. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, Perkembangan pasar mebel di Indonesia naik sebesar Rp29,39 triliun pada tahun 2021. Nilai tersebut tumbuh 8,16% dibandingkan tahun 2020 yang sebesar Rp27,17 triliun, pada tahun tersebut industri furnitur harus terkoreksi 3,36% karena dampak pandemi Covid-19. Selain itu Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) menambahkan, permintaan ekspor juga melonjak tajam sebesar 28,93% dari tahun sebelumnya. Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita menjelaskan, pertumbuhan industri furnitur naik lantaran adanya peralihan belanja rumah tangga masyarakat selama pandemic seperti kebutuhan hiburan, pariwisata, dan transportasi beralih menjadi kebutuhan untuk menata dan merenovasi rumah.



**Gambar 01.** Perkembangan Furnitur Indonesia 2016-2021  
Sumber (Badan Pusat Statistik, 2022)

Salah satu perusahaan local yang berfokus dalam penjualan produk mebel adalah *Rakabu Furniture*, merupakan perusahaan yang memproduksi mebel dan olahan kayu. Perusahaan ini sudah berdiri pada tanggal 21 Februari 1988,

awalnya Rakabu Furniture berbentuk perusahaan perorangan yang hanya bergerak dibidang penggergajian kayu dengan jumlah karyawan 7 orang. Rakabu Furniture mulai melebarkan sayapnya dengan memproduksi berbagai jenis mebel yang dipasarkan didalam negeri. Hingga akhirnya Rakabu Furniture jauh lebih berkembang dengan memasarkan mebel ke luar negeri.

Rakabu Furniture mempromosikan produk dengan mengikuti pameran mebel yang dilakukan diberbagai daerah Indonesia dan diluar negeri. Pameran tersebut merupakan satu-satunya media promosi yang sudah dilakukan cukup lama oleh Rakabu Furniture. Untuk sistem pemesanan mebel Rakabu Furniture dapat melalui E-mail atau langsung mengunjungi pabrik Rakabu yang beralamat di Jalan Raya Gawok – Klewer No.2, Dusun II, Desa Luwang, Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557.

Permasalahan yang dialami oleh perusahaan Rakabu Furniture berupa permasalahan terhadap media promosi. Diketahui Rakabu Furniture hanya mengandalkan bentuk promosi melalui pameran saja dan belum memiliki media promosi pendukung lainnya. Terkhususnya penjualan Rakabu Furniture sudah sampai ke luar negeri, sehingga dengan hanya mengandalkan pameran saja sebagai media promosinya akan kurang efektif apalagi pasca covid melanda dunia. Kurang keefektifan pameran Rakabu Furniture ditandai dengan biaya pengeluaran pameran yang besar, tercatat biaya pameran yang dikeluarkan sebesar ± Rp.159.884.448 dan keuntungan yang didapat ± Rp.7.465.777. Terakhir kali Rakabu Furniture melakukan pameran pada tahun 2009 hingga

akhirnya Rakabu Furniture sudah tidak lagi mengikuti pameran, dikarenakan adanya kendala biaya dan dampak pandemi. Tanpa diadakannya pameran dan promosi lain penjualan Rakabu Furniture mengalami penurunan.



**Gambar 02.** Penjualan Rakabu Furniture tahun 2009 dan 2022  
Sumber (Rakabu Furniture, 2023)

Perlu adanya media promosi yang baru sebagai pengganti pameran Rakabu Furniture, Oleh karena itu perlu dilakukan upaya pemecahan masalah Rakabu Furniture. Solusi yang ditawarkan berupa rancangan media promosi Rakabu Furniture dalam bentuk desain web UI/UX, media website dipilih sebagai media promosi karena website merupakan media pemasaran yang lebih menetap dan lebih hemat dari pada pameran yang dinilai mengeluarkan biaya yang lebih besar dan jangka waktu yang lebih sedikit. Keefektifan penggunaan website sebagai media promosi salah satunya yaitu fleksibilitas, yang artinya website mampu menjangkau lebih banyak pelanggan hingga pasar global serta pengoperasiannya dapat dilakukan kapan dan dimana saja selama terhubung dengan internet. Berdasarkan analisis RedSeer yang dikutip dari Katadata.com, nilai transaksi website *e-commerce* Indonesia bisa mencapai US\$86 miliar pada

tahun 2022, Jumlah tersebut akan semakin meningkat hingga mencapai US\$104 miliar pada tahun 2023 dan US\$121 miliar pada tahun 2024.

Setelah meneliti permasalahan perusahaan Rakabu Furniture, maka perancangan desain web *User Interface / User Experience* merupakan langkah yang efektif mengatasi kendala perusahaan dalam pemilihan media promosi yang tepat. Maka dibuatlah desain UI/UX untuk Tugas Akhir berjudul “Desain UI/UX Rakabu Furniture Sebagai Media Promosi” yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan mebel Rakabu Furniture sekaligus memperluas jangkauan pasar Internasional dengan menggunakan bantuan teknologi dalam bidang bisnis serta menciptakan kemudahan dalam proses jual beli perusahaan.

### **B. Rumusan Masalah**

Setelah mengetahui dan menyimpulkan latar belakang masalah, maka dapat ditemukan perumusan masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang konsep desain *User Interface* dan *User Experience* sesuai dengan citra perusahaan Rakabu Furniture ?
2. Bagaimana merancang website *User Interface* dan *User Experience* Rakabu Furniture, sebagai media promosi yang mudah dan efektif ?

### **C. Tujuan**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah disusun diatas maka tujuan dari penulisan ini :

1. Menyusun konsep rancangan desain *User Interface* dan *User Experience* Rakabu Furniture sesuai dengan konsep dan bermanfaat bagi perusahaan.

2. Membuat desain website UI/UX untuk mempermudah sistem jual beli dan memperluas jangkauan pasar perusahaan.

#### **D. Manfaat**

Berdasarkan tujuan diatas maka manfaat dari penulisan ini diantaranya :

1. Bagi Penulis

Meningkatkan ide kreatifitas dan pengalaman penulis dalam pembuatan UI/UX, sekaligus menjadikan referensi dalam merancang media promosi bisnis dalam bentuk UI/UX.

2. Bagi Produsen

Menjadikan *User Interface* dan *User Experience* sebagai *brand image* baru untuk perusahaan serta memenuhi kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

3. Bagi Konsumen

Mempermudah akses segala informasi mengenai Rakabu Furniture, baik dari katalog produk, hingga proses pemesanan secara online yang dilakukan dengan cepat, praktis, kapanpun dan dimanapun.

4. Bagi Akademik

Mendapatkan pengetahuan seputar UI/UX yang dapat digunakan untuk contoh atau acuan mahasiswa lainnya.

## E. Tinjauan Pustaka

Kegiatan perancangan umumnya menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan maupun kelebihan yang sudah ada. Sumber informasi diperoleh dari buku, jurnal, dan tugas akhir dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Berikut ini beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan disusun, diantaranya sebagai berikut :

Jurnal *Kemadha* Vol 10 No.1, April 2021: 102-117 dengan judul “Perancangan Web Sebagai Media Promosi Brand Rown Division” oleh Dimaz Triananda di Universitas Sahid Surakarta. Jurnal ini membahas rancangan pembuatan website brand Rown Division sebagai salah satu bentuk media promosi. Perancangan ini menghasilkan sebuah website Rown Division yang digunakan sebagai media promosi sekaligus media transaksi, dengan perancangannya menerapkan unsur-unsur desain pada web seperti bidang, ruang, ukuran, warna brand image. Pemilihan tipografi, foto, ikon, dan layout pada website dipilih berdasarkan segmentasi perusahaan. Pemilihan gaya visual modern minimalis dipilih guna meningkatkan konsumen remaja pada brand Rown Division. (Triananda et al., 2021)

Manfaat Jurnal ini membantu dalam acuan pengaplikasian desain *User Interface (UI)* dengan baik dan rinci dengan memperhatikan unsur-unsur desain

pada web serta pemilihan gaya visual berdasarkan segmentasi perusahaan. Pembeda Tugas Akhir ini dengan Tugas Akhir yang akan dibuat berupa rancangan pembuatan desain *User Interface* dalam bentuk website sebagai media promosi dan alat jual beli Rakabu Furniture, serta merancang *User Experience* guna mempermudah pengaksesan website Rakabu Furniture. Rancangan gaya visual website Rakabu Furniture baik penggunaan tipografi, layout, maupun warna nantinya menampilkan kesan keprofesionalan perusahaan yang disesuaikan dengan visi misi perusahaan. *User Experience* Rakabu Furniture dirancang secara sederhana dengan memperhatikan peletakan tombol dan alur kerja website yang tidak terlalu rumit dan membingungkan guna mempermudah *user* dalam pengaplikasian website. Dengan adanya konsep yang jelas dan *User Experience* yang tepat diharapkan website Rakabu Furniture dapat bermanfaat dan efektif dalam penyampaian segala informasi perusahaan.

Jurnal Automata Vol. 02, No. 02, 31 Agustus 2021 dengan judul “Perancangan Ulang UI/UX Website *E-Learning* Menggunakan Metode *Design Thinking*” oleh Elda Shirvanadi dari Universitas Islam Indonesia. Jurnal ini membahas rancangan pembuatan UI/UX Web *E-learning* pada Amikom Center terhadap kendala pembelajaran selama Covid-19 yang melanda di Indonesia. Perancangan ulang UI/UX ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang terbaik dalam kegiatan belajar-mengajar secara *online* untuk para peserta didik, baik dalam kegiatan pembelajaran maupun aktivitas lainnya. Menggunakan metode pendekatan dengan *Design Thinking*,

agar mendapatkan *feedback* dan menggali permasalahan dengan proses *research* dan pengujian. *Design Thinking* merupakan metode pendekatan desain yang berpusat pada manusia atau untuk menyelesaikan masalah dan menghadirkan inovasi baru. Hasil yang diperoleh dari permasalahan yang ada pada Amikom Center adalah rancangan ulang desain website UI/UX berupa *Wireframe High Fidelity* atau sketsa dasar yang disesuaikan dengan kebutuhan prioritas para pengguna dalam mengakses website. (Shirvanadi et al., 2021)

Manfaat Jurnal ini membantu dalam pembuatan prioritas ide finalisasi terhadap pembuatan desain UI/UX dengan menambahkan fitur-fitur pendukung penting dalam jalannya pengoperasian website. Jurnal ini menjadi referensi untuk menyempurnakan rancangan terdahulu. Diharapkan rancangan ini mampu meningkatkan peluang berhasilnya desain UI/UX Rakabu Furniture. Perbedaan Jurnal ini dengan Tugas Akhir yang akan dibuat yaitu dari segi metode yang digunakan, menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui survei ke perusahaan Rakabu Furniture. Metode yang dilalui berupa pengumpulan ide, dilanjutkan dengan observasi lapangan, mengumpulkan *brief*, pengembangan ide atau *Brainstorming*, Menyusun struktur rancangan *Creative Brief*, Mengeksekusi perancangan karya dan diakhiri dengan evaluasi terhadap hasil akhir karya. Hasil akhir rancangan berupa website Rakabu Furniture sebagai media promosi sekaligus sebagai inofasi alat jual beli perusahaan yang baru.

Jurnal Multidisiplin Ilmu Vol. 01, No. 06, Desember-Januari 2022: 992-995 dengan judul “Perancangan UI/UX Website Penjualan Ikan Hias Pada Toko AW *Aquascape* Menggunakan Metode *Keep It Simple*”. oleh Sofyan Mufti Prasetyo, Adi Maulana, Rizhar Hakiki, dan Tuti Alawiyah dari Universitas Pamulang. Perancangan website ini bertujuan sebagai media promosi yang dilakukan AW *Aquascape* untuk menawarkan produk secara *online*, baik agar pelanggan nyaman menggunakannya dan tertarik untuk membeli produk yang dijual. Jurnal ini berisi penjelasan bagaimana UI/UX dirancang menggunakan metode *Keep It Simple Stupid*. Metode *keep it simple stupid* yang dalam pembuatannya yang terpenting adalah kesederhanaan dan tidak mengandung unsur kerumitan di setiap penggunaan elemen. Hasil akhir dalam jurnal ini berupa website halaman admin yang hanya dapat di akses dan dikelola oleh admin, diantaranya ada menu halaman utama admin, menu halaman foto produk dan inbox. Sedangkan untuk customer dapat mengakses halaman utama website detail produk dan mengirim pesan ke kontak penjual. (Mufti Prasetyo et al., 2022)

Manfaat Jurnal ini membantu dalam merancang desain UI/UX dengan melihat hasil desain melalui metode yang digunakan. Hasil metode tersebut mengutamakan pembuatan desain yang sesederhana mungkin, namun memiliki tampilan yang baik, serta mendukung pengalaman pengguna yang efektif. Perbedaan Jurnal ini dengan Tugas Akhir yang akan dibuat adalah dari segi hasilnya, hasil jurnal tersebut menghasilkan 2 halaman website yaitu halaman admin dan customer, Sedangkan hasil Tugas Akhir ini berupa website

Rakabu Furniture dan media pendukung cetak lainnya. Rancangan website Rakabu Furniture ini dirancang dengan konsep yang jelas dan gaya visual yang disesuaikan dengan citra perusahaan, serta dirancang dengan memperhatikan penggunaan unsur desain seperti komposisi layout, pemilihan warna, dan penggunaan tipografi.

Tugas akhir jurusan Desain Komunikasi Visual tahun 2019 berjudul “Perancangan *User Interface* Aplikasi Pencari Kost” oleh Andi Reynaldi dari Universitas Negeri Makassar. Tugas akhir ini membahas rancangan pembuatan *User Interface* aplikasi pencari kost dalam bentuk prototipe menggunakan program aplikasi multimedia adobe XD. Perancangan prototipe menggunakan landasan teori mengenai ui desain, prinsip perancangan ui, prinsip kerja desain, prinsip desain aplikasi, komunikasi layout, serta pendalaman psikologi warna sehingga pesan dan kesan yang ingin disampaikan dapat tercapai. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan 3 metode penelitian yaitu: Penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu teknik penelitian dengan metode membaca literatur yang memiliki hubungan erat dengan dengan perancangan desain user interface, Penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu Teknik penelitian yang dilakukan dengan cara turun ke lapangan, dan Kuesioner (angket) yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagikan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengumpulkan data terkait perancangan yang dilakukan. (Reynaldi, 2019)

Manfaat Tugas Akhir ini membantu dalam merancang prototipe desain *user interface* dari segi mendalami penggunaan warna berdasarkan psikologinya dan tata layout komunikasi serta ketiga Teknik metode penelitian lapangan yang dilakukan. Perbedaan Tugas Akhir ini dengan Tugas Akhir yang akan dibuat adalah dari metode penelitiannya, ketiga metode Tugas Akhir pencari kost menghasilkan perancangan komponen paket berupa: (1) Prototipe desain user interface aplikasi pencari kost, (2) Prototipe desain user interface web dan mobile pencari kost, (3) Media publikasi, dan (4) *Merchandise*. Sedangkan dari Tugas Akhir yang akan dibuat menggunakan aplikasi Figma dengan metode kualitatif dengan melakukan penelitian lapangan secara langsung dan mewawancarai pihak Rakabu Furniture, menghasilkan perancangan *User Interface* dan *User Experience* Rakabu Furniture dalam bentuk Website dan beberapa media promosi cetak.

Tugas akhir jurusan Desain Komunikasi Visual tahun 2012 berjudul “Perancangan Website Sebagai Tonijack’s Sebagai Media Promosi” oleh Fauzan Sahri Ramadhan dari Universitas Sebelas Maret Surakarta. Membahas rancangan website sebagai media promosi Tonijack’s berupa produk *fast food* local di kota Solo. Konsep rancangan website ini disesuaikan dengan segmentasi pasar Tonijack’s, yang dimana peminatnya memiliki kriteria khusus dalam memesan makanan cepat saji. Tema yang ditawarkan dalam merancang konsep website ini berupa tampilan website yang simple namun global, sehingga tetap dapat mewujudkan tujuan awal Tonijack’s berupa

memperkenalkan makanan lokal cepat saji yang berkualitas internasional ke masyarakat kota Solo. (Sahri Ramadhan, 2012)

Manfaat Tugas Akhir ini membantu dalam penentuan konsep dan tema rancangan website yang disesuaikan dengan segmentasi dan citra perusahaan. Tugas Akhir ini sama-sama menjadikan website sebagai salah satu bentuk media promosinya, pembedanya adalah rancangan Tugas Akhir yang akan dibuat merupakan rancangan *User Interface* dan *User Experience* website Rakabu Furniture sebagai salah satu bentuk promosi yang dirancang dan disesuaikan dengan visi misi perusahaan, Rancangan UI/UX dibuat secara sederhana namun tetap menonjolkan citra perusahaan yang profesional, dengan menampilkan desain visual sederhana yang dipahami oleh pengguna dalam menjalankan website. Tujuan penggunaan desain visual yang sederhana agar penyampaian informasi didalam website diterima dengan cepat dan mudah oleh pengguna.

Berdasarkan beberapa tugas akhir ke karya dan jurnal diatas, memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan rancangan desain UI/UX Rakabu Furniture yang dibuat. Dari segi persamaan merupakan upaya mempromosikan sebuah barang atau jasa dalam bentuk UI/UX website, yang bertujuan sebagai media promosi yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Adapun perbedaan yang paling utama berupa rancangan desain UI/UX Rakabu Furniture dalam bentuk website yang lebih menonjolkan citra perusahaan itu sendiri, baik dari segi pemilihan tema dan jenis desain yang

akan disesuaikan dengan misi dan visi perusahaan, sehingga tujuan dan pesan perusahaan akan tersampaikan dengan baik dan jelas. Rancangan ini sekaligus sebagai upaya pemecah kurangnya efektifitas promosi dan sistem penjualan yang sudah dilakukan oleh perusahaan.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Desain**

Desain adalah kegiatan kreatif untuk merencanakan dan merancang sesuatu yang umumnya fungsional dan melibatkan penciptaan sesuatu yang baru dan berguna yang belum ada sebelumnya dalam rangka menyelesaikan suatu masalah tertentu agar memiliki nilai lebih dan bermanfaat bagi penggunaannya. (JB Reswick, 2008:384)

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 adalah suatu kombinasi secara menyeluruh baik tulisan, gambar, grafik, foto, ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seseorang individu yang dapat menggabungkan elemen-elemen tersebut diatas, sehingga menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, dan mudah diingat. (Triananda, 2021)

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian desain adalah perencanaan untuk membuat suatu objek baik dari segi tampilan maupun fungsinya yang bertujuan memberikan manfaat bagi penggunanya.

## 2. *User Interface (UI)*

### a. Pengertian *User Interface (UI)*

*User Interface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *user interface* terkadang digunakan sebagai pengganti istilah Human Computer Interaction (HCI) dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. (Lastiansah, 2012)

UI adalah desain antarmuka yang lebih memfokuskan pada keindahan dari sebuah tampilan, pemilihan warna yang baik dan pas dan hal-hal lainnya yang membuat tampilan web *e-commerce* lebih menarik. (Rizki, 2019)

Pengertian lainnya, *User Interface* merupakan sistem untuk kebanyakan pengguna yang dapat dilihat, didengar, dan disentuh. Tujuan utama desain *user interface* untuk memudahkan pengguna dalam bekerja dengan computer sehingga menjadi lebih produktif dan dapat dinikmati, serta tujuan dapat tercapai dengan seefektif mungkin. (Galitz, 2007:1-4).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *User Interface* adalah komponen sistem operasi yang berinteraksi langsung

dengan pengguna. Manfaat menggunakan definisi di atas sebagai referensi penulis untuk memahami bahwa efek teori desain sangat baik.

b. Prinsip *User Interface (UI)*

Untuk merancang desain antarmuka yang baik dan efektif, diperlukan memperhatikan beberapa prinsip dalam merancang sebuah desain UI, diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Aesthetically Pleasing* (Kenyamanan estetik)
- 2) *Clarity* (Jelas)
- 3) *Comprehensibility* (Komprehensif)
- 4) *Clonfigurability* (Kemudahan konfigurasi)
- 5) *Consistency* (Konsistensi)
- 6) *Efficiency* (Efisiensi)
- 7) *Familiarity* (Familiar)
- 8) *Flexibility* (Fleksibilitas)
- 9) *Responsive* (Responsif)
- 10) *Simplicity* (Simpel)

3. *User Experience (UX)*

a. Pengertian *User Experience (UX)*

*User Experience* adalah persepsi atau pengalaman seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. (ISO, 2019 : 9241-210). UX menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. *User Experience* berupa pengalaman keseluruhan, secara umum atau spesifik, pengguna,

pelanggan, atau anggota audiens memiliki produk, layanan, atau program. (Shedroff, 1997)

Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan, *User Experience* merupakan pengalaman yang dirasakan seseorang terhadap penggunaan produk yang menilai tentang tingkat kemudahan dan kenyamanan terhadap fungsionalitas dari sebuah perangkat lunak. UX berfokus pada memiliki pemahaman yang mendalam tentang pengguna, apa yang mereka butuhkan, apa yang mereka hargai, kemampuan mereka, dan juga keterbatasan mereka. Manfaat dari kedua definisi diatas guna membantu dan memahami penulis mengenai teori UX secara dalam sehingga dapat memperkuat rancangan karya.

b. Perbedaan *User Experience (UX)* dengan *User Interface (UI)*

Secara garis besar, UI berfokus pada elemen antarmuka yang tampak secara visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, bilah menu, dan lain lain. Sementara UX berfokus pada pengalaman pengguna dan experience ketika menggunakan produk. Berikut dibawah ini merupakan hal lain yang dapat membedakan UI dan UX, diantaranya :

	<i>User Interface (UI)</i>	<i>User Experience (UX)</i>
Tujuan	Membuat tampilan lebih menarik.	Memberikan kenyamanan saat memakai produk.

Fokus	Kesan pertama pengguna terhadap keindahan tampilan produk pada ukuran layar yang beragam.	Kepuasan dan pengalaman pengguna ketika menggunakan produk.
<i>Pre-Building</i>	Desain <i>Mockup</i> .	Desain <i>Wireframe</i> dan <i>Prototype</i> .
Elemen	Warna, gambar, video, animasi, tipografi, button, dan visual interaksi lainnya.	<i>Usability</i> , fitur-fitur, struktur desain, <i>interaction</i> , <i>critical thinking</i> , dan <i>creative thinking</i> .
<i>Skill</i> yang dibutuhkan	Desain grafis, desain <i>branding</i> , dan <i>creative thinking</i> .	Riset, <i>analytical thinking</i> , <i>problem solving</i> , <i>critical thinking</i> , dan <i>creative thinking</i> .

**Tabel 01.** Perbedaan UI dan UX  
Sumber (Atika Rahma Devina, 2022)

#### 4. *Furniture*

*Furniture* merupakan perlengkapan untuk bangunan tempat tinggal, bisnis atau umum, yaitu benda yang dapat dipindah-pindahkan yang ditempatkan dalam ruang seperti kursi meja, tempat tidur, dan lain-lain. Sedangkan menurut kamus Indonesia dijelaskan bahwa mebel adalah perabotan rumah tangga seperti kursi, meja, dan almari. (M. Sholahuddin, 2014: 4)

Definisi mebel secara umum adalah benda pakai yang dapat dipindahkan, berguna bagi kegiatan hidup manusia, mulai dari duduk, tidur,

bekerja, makan, bermain dan sebagainya, yang memberi kenyamanan dan keindahan bagi pemakainya (Baryl, 1977 dalam Marizar, 2005).

## 5. Media Promosi

### 1) Media

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Definisi media yaitu sebagai sistem transmisi (bahan dan peralatan) yang tersedia untuk menyampaikan pesan tertentu. (Sutirman, 2013: 15)

Media adalah alat atau sarana yang digunakan menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. (Cangara, 2006: 119)

Media ini dapat diartikan sebagai Teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran, Sarana fisik untuk menyampaikan isi atau materi pembelajaran seperti buku, film, video, slide, dan sebagai sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun pandang dengar, termasuk teknologi perangkat kerasnya. (Parmin, 2009: 24)

### 2) Promosi

Pengertian Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli,

yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. (Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman, 2002 : 123)

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. (Buchari Alma, 2006 : 179)

Berdasarkan dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa media promosi merupakan media atau alat yang berfungsi mengkomunikasikan atau mempromosikan suatu produk dengan memperhatikan tujuan dan target konsumsinya.

## 6. Website

### 1) Pengertian Website

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi sehingga menarik untuk dikunjungi (Sholechul Azis, 2013)

Website merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada

website disebut dengan web page dan link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain, baik antara page yang disimpan dalam server yang sama maupun server di seluruh dunia. (Hakim Lukmanul, 2004)

Website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan seluruh file saling terkait. Web terdiri dari page atau halaman dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya, setiap halaman di bawah *homepage* (*child page*) berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam web. (Gregorius, 2000).

## 2) Unsur Website

Dalam pembuatan web harus memenuhi unsur-unsur website, diantaranya :

### 1. Nama Domain (*Domain name/URL – Uniform Resource Locator*)

Nama domain adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Domain juga dapat disewa dari perusahaan pengelola domain internet.

### 2. Web Hosting (Rumah tempat website)

Web Hosting merupakan ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan

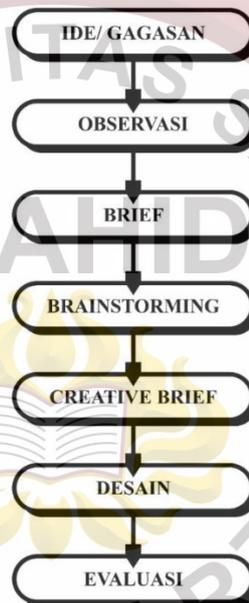
lain sebagainya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa atau dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website. Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Database informasi yang diterbitkan di halaman website, baik berupa tulisan, gambar, video semuanya akan tersimpan kedalam web hosting.

### 3. Konten Website

Konten website merupakan salah satu hal penting bagi sebuah website. Konten pada sebuah website dapat menjadi daya tarik bagi seorang pengunjung. Semakin menarik konten yang ditawarkan, maka semakin banyak traffic pengunjung website tersebut. Konten dalam web sangatlah penting, tanpa konten didalam sebuah website hanyalah sia-sia. Menawarkan konten yang menarik dan relevan menjadi salah satu syarat utama sebuah website agar selalu dikunjungi oleh banyak pengguna internet. Pada konten ini yang harus diperhatikan adalah tata bahasa, tanda baca, header dan judul, Penggunaan gaya penulisan dan bahasa harus sesuai dengan web dan target audien.

## G. Metode Perancangan

Perancangan desain UI/UX Rakabu Furniture tentunya membutuhkan konsep dasar yang matang dan sesuai dengan citra dan identitas visual dari perusahaan agar nantinya dapat mencapai tujuan utama yang tepat sasaran dan efektif. Berikut langkah yang perlu diperhatikan dalam merancang desain UI/UX Rakabu Furniture, dari mulai konsep hingga menjadi sebuah karya :



**Gambar 03.** Bagan Metode Perancangan Kualitatif  
Sumber (Dimaz, 2019)

### 1. Ide/ Gagasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ide adalah rancangan yang tersusun di pikiran, yang diartikan ide merupakan sebuah gagasan dari sebuah pemikiran atas suatu fenomena atau peristiwa yang ada dan dikembangkan atau direalisasikan sebagai acuan pemikiran selanjutnya. Ide dari perancangan tugas akhir ini berasal dari fenomena atau permasalahan yang muncul di perusahaan Rakabu Furniture, yang dimana perusahaan ini

kekurangan dan kesulitan dalam mempromosikan produk. Rakabu Furniture hanya melakukan pameran saja sebagai media promosinya, dan kini sudah lama berhenti pasca covid-19 melanda di Indonesia. Dari permasalahan yang terjadi di Rakabu Furniture, solusi yang ditawarkan berupa rancangan media promosi desain UI/UX Rakabu Furniture sebagai salah satu upaya untuk pengembalian dan peningkatan penjualan perusahaan secara mudah dan efektif. Pemilihan media promosi ini disesuaikan dengan kebutuhan dan citra perusahaan Rakabu Furniture.

## 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan berkunjung ke lokasi perusahaan untuk mengamati keadaan dan situasi terkini secara langsung dan mendalam tentang data yang terdapat pada lokasi atau objek penelitian terkait. Berdasarkan observasi yang dilakukan di Rakabu Furniture, diperlukan media promosi yang baru sebagai upaya pemecahan masalah dan perlunya media pendukung lain yang efektif. Teknik pengambilan data secara kualitatif dengan mewawancarai pihak perusahaan atau dengan narasumber yang ahli dalam bidangnya.

## 3. *Brief*

*Brief* merupakan kumpulan data yang didapat dari tahapan observasi yang nantinya akan diolah untuk mendapatkan data yang lebih ringkas, akurat, dan sesuai dengan latar belakang permasalahan. Perancangan ini merupakan inovasi baru dalam media promosi yang dilakukan oleh Rakabu Furniture,

dirancang dan disesuaikan dengan konsep, segmentasi, dan hasil observasi yang sudah dikumpulkan.

#### 4. *Brainstorming*

Melakukan pengembangan ide sesuai dengan *brief* yang sudah dirancang dengan cara melakukan konsultasi rutin terhadap dosen pembimbing dan menjaga komunikasi dengan baik kepada pihak Rakabu Furniture guna mendapatkan masukan dan referensi yang dapat mempermudah penyelesaian masalah dengan baik.

#### 5. *Creative Brief*

*Creative Brief* merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara-cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk visual sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan.

#### 6. Desain

Merupakan tahapan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan hasil ide dan konsep sebelumnya. Tahap ini memerlukan keahlian dan kepekaan terhadap rasa visual untuk mendapatkan hasil akhir desain yang terbaik.

#### 7. Evaluasi

Tahapan yang berisi kesimpulan dari hasil akhir karya yang telah dirancang, apakah sudah sesuai dengan harapan dan memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang dibahas. Kritik dan saran diperlukan guna meningkatkan hasil akhir yang lebih baik dan sesuai dengan observasi data yang ada.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam menyusun Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab, diantaranya sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

### **BAB II IDENTIFIKASI DATA**

Bab ini memuat tentang data atau informasi yang diperoleh untuk melakukan perancangan karya yang berkaitan dengan suatu objek atau tema yang dipilih.

### **BAB III KONSEP PERANCANGAN**

Menjelaskan tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat sesuai data pada bab sebelumnya menghasilkan analisa data, USP, ESP, positioning, analisa desain, strategi kreatif, hingga media penunjangnya.

### **BAB IV PERWUJUDAN KARYA**

Bab ini membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat ke dalam bentuk mock up karya yang hendak direalisasikan sesuai dengan Analisa data, USP, ESP, positioning, dan strategi kreatif yang telah ditentukan sebelumnya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi simpulan dan saran dari penelitian dan hasil pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.