

BAB I

PENDAHULUAN

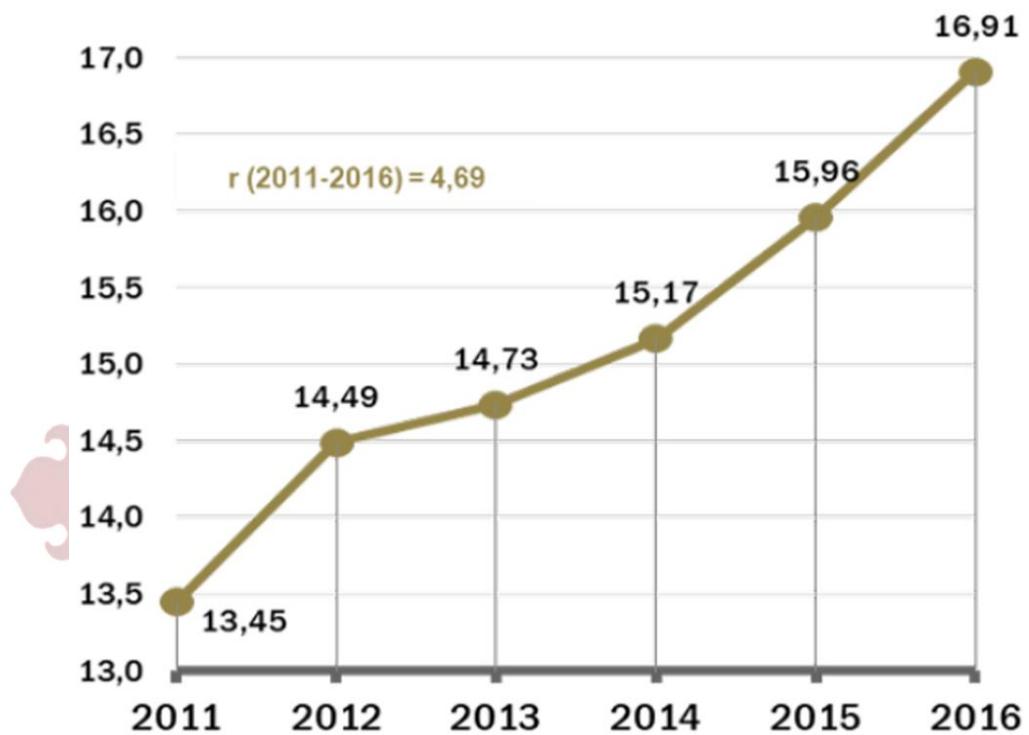
A. Latar Belakang

Teknologi informasi adalah serangkaian langkah untuk mendapatkan, mengolah, dan menganalisis data agar tersimpan dengan baik, sehingga dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat. Teknologi informasi berkembang pesat di Indonesia, Perkembangan teknologi memudahkan mencari informasi dan berkomunikasi, di dalam dan luar negeri. Internet adalah contoh dari kemajuan teknologi yang ada saat ini. Internet adalah jaringan komunikasi global yang menghubungkan semua komputer di seluruh dunia, meskipun memiliki sistem operasi dan perangkat yang berbeda. Internet adalah jaringan global. Secara umum, Internet memiliki beberapa fungsi utama seperti sebagai sumber informasi, alat komunikasi, dan tempat untuk berbagi secara gratis. Internet sangat berguna dalam kehidupan manusia dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, pendidikan, pertahanan, pariwisata, hiburan, dan lainnya (Daniel Rudjiono & Heru Saputro, 2021). keberadaan sebuah *Website* yang fungsional dan menarik menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran dan operasional perusahaan di berbagai bidang, termasuk dalam industri penyiaran dan produksi media. Teknologi informasi yang berkembang pesat sudah bukan menjadi sesuatu yang baru lagi dikalangan masyarakat sehingga banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari karena teknologi informasi akan memudahkan seseorang dalam mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi (Oki & Sofyan, 2022).

Industri kreatif adalah bisnis yang menggunakan kecerdasan, keahlian, dan bakat seseorang untuk menciptakan keuntungan dan pekerjaan dengan menghasilkan dan memanfaatkan kreasi individu tersebut. Sumber utama dalam industri kreatif adalah kreativitas, yang artinya kemampuan untuk menghasilkan pemikiran yang unik dan berbeda. Kreativitas menciptakan inovasi baru dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada. Industri kreatif menggunakan warisan budaya dan teknologi secara terus-menerus(Ardiningrum, 2020).

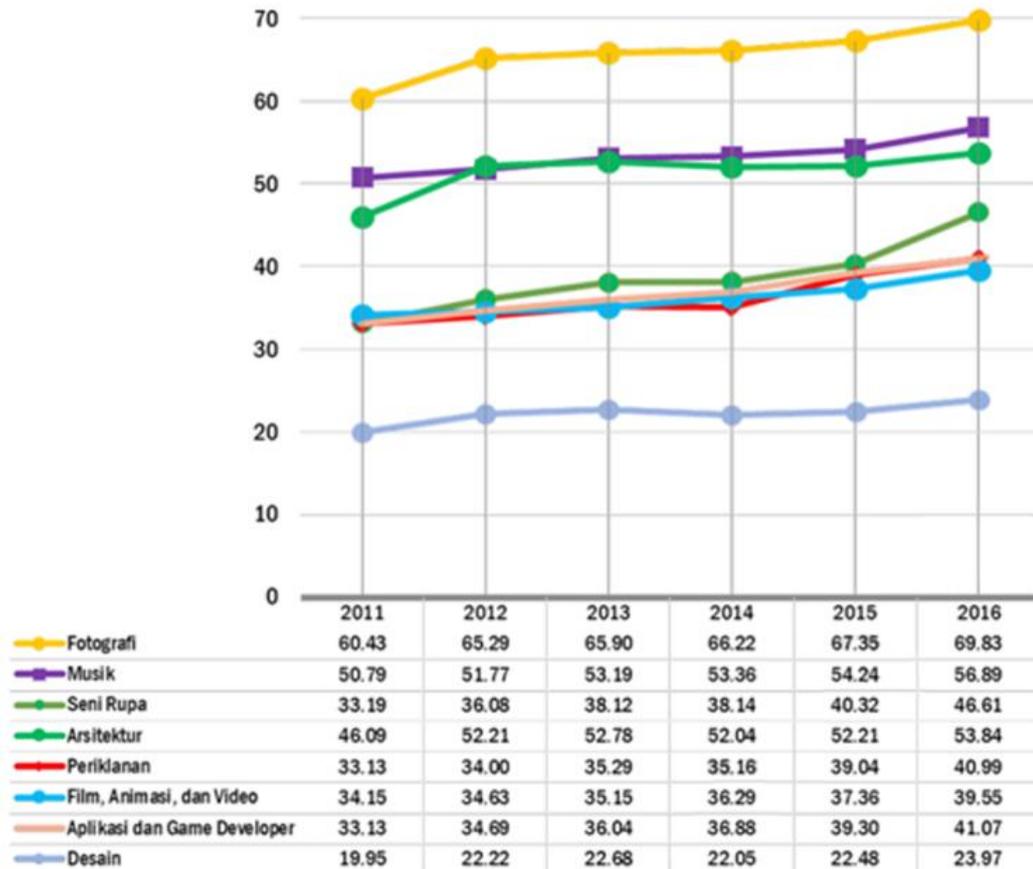
Di Indonesia, penggunaan teknologi digital semakin meningkat menciptakan peluang besar dalam industri penyiaran dan produksi media untuk layanan seperti livestreaming yang memungkinkan acara-acara seperti seminar, konferensi, dan acara hiburan untuk diakses secara global secara langsung. Permintaan akan teknologi ini tidak hanya datang dari kota-kota besar tetapi juga dari daerah-daerah yang lebih terpencil, menciptakan pangsa pasar yang luas bagi perusahaan yang mampu menyediakan solusi yang handal dan inovatif. Industri pernikahan di Indonesia juga terus berkembang dengan pesat, didorong oleh budaya yang kaya akan tradisi pernikahan dan permintaan akan dokumentasi visual yang berkualitas tinggi. Pasangan yang menikah semakin menginginkan layanan video dan fotografi yang tidak hanya memotret momen, tetapi juga menceritakan cerita mereka secara artistik dan emosional. Perusahaan yang dapat menggabungkan teknologi canggih dengan kreativitas dalam penyediaan layanan pernikahan memiliki peluang besar untuk menarik perhatian pasar yang semakin beragam ini.

Berdasarkan hasil Sakernas tahun 2011-2016, jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif cenderung mengalami peningkatan, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,69 persen per tahun. Tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2011 tercatat sebanyak 13,45 juta orang perlahan terus naik hingga mencapai 16,91 juta orang pada tahun 2016.



Gambar 1 Jumlah dan Pertumbuhan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif di Indonesia, 2011-2016 (juta orang)

Sumber : (BPS RI, Sakernas 2011 – 2016, 2025)



Gambar 2 Jumlah Tenaga Kerja Subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia,
Sumber : (BPS RI, Sakernas 2011 – 2016, 2025)

Gambar 2 menampilkan delapan subsektor ekonomi kreatif. Kedelapan subsektor tersebut adalah Subsektor Fotografi, Subsektor Musik, Subsektor Seni Rupa, Subsektor Arsitektur, Subsektor Periklanan, Subsektor Film, Animasi, dan Video, Subsektor Aplikasi dan Game Developer, serta Subsektor Desain.

Pada periode 2011-2016 tersebut, dapat dilihat bahwa dari delapan subsektor ekonomi kreatif tersebut, Subsektor Periklanan merupakan subsektor ekonomi kreatif yang mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Namun, apabila tahun 2011 dijadikan sebagai titik awal dan

diperbandingkan pada tahun 2016, maka dapat dilihat bahwa kedelapan Subsektor tersebut mengalami pertumbuhan positif.

Jika kita amati pertumbuhan tenaga kerja di antara delapan subsektor ekonomi kreatif pada Gambar 2 dalam periode 2011-2016, subsektor yang mengalami pertumbuhan positif tertinggi adalah Subsektor Seni Rupa yaitu sebesar 7,03 persen. Sementara Subsektor Musik, Subsektor Arsitektur, Subsektor Periklanan, Subsektor Film, Animasi, dan Video, Subsektor Aplikasi dan Game Developer, tenaga kerja tumbuh rata-rata sebesar 2,30 persen, 3,16 persen, 2,98 persen, 4,35 persen, dan 4,39 persen per tahun. Kemudian pada Subsektor Fotografi dan Subsektor Desain mengalami pertumbuhan masing-masing sebesar 2,93 persen dan 3,74 persen.

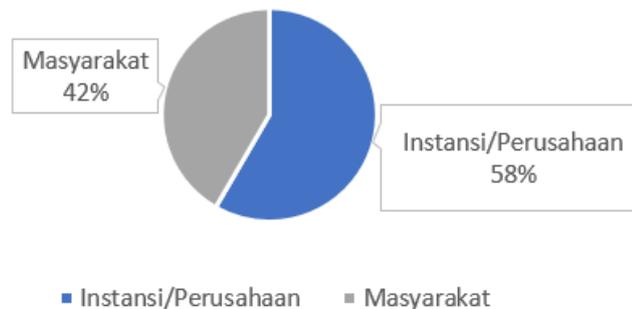
Kota Surakarta adalah wilayah urban area sehingga potensi sumber daya alamnya sangat terbatas dan tidak memiliki lahan pertanian sehingga sejak dulu hanya mengandalkan sektor jasa dan perdagangan. Kota Surakarta memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri kreatif karena kota ini memiliki warisan budaya dan ciri khasnya sendiri. Kota Surakarta merupakan salah satu pusat ekonomi kreatif yang mewakili Jawa Tengah karena memiliki kekayaan budaya dan sumber daya manusia yang kreatif. Setiap kecamatan memiliki sumber kreativitas dan produk kreatif berbeda-beda sehingga akan mendorong tumbuh dan berkembangnya ekonomi kreatif di Kota Surakarta.

Data menunjukkan jumlah industri kreatif di Kota Surakarta tahun 2017 sebanyak 497 atau sekitar 5,93% dari total industri 8.377 yang ada. Selain itu, industri kreatif di Kota Surakarta menyerap cukup banyak tenaga kerja.

Berdasarkan data dari Bappeda jumlah seluruh tenaga kerja industri kreatif di Kota Surakarta mencapai 1.401 orang dengan jumlah pekerja laki-laki 892 orang dan pekerja perempuan 509 orang. Kecamatan yang paling banyak menyerap tenaga kerja adalah Kecamatan Banjarsari yaitu terdapat 387 tenaga kerja industri atau mencapai 27,62% dari total jumlah tenaga kerja industri kreatif di Kota Surakarta, sedangkan kecamatan yang paling sedikit menyerap tenaga kerja adalah Kecamatan Pasar Kliwon dimana terdapat 161 tenaga kerja atau 11,49% dari total jumlah tenaga kerja (Ardiningrum, 2020).

Surakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang sigap dalam menanggapi industri kreatif yang mulai dikembangkan di Indonesia. Nilai PDB industri kreatif di Indonesia dari tahun 2014 hingga 2016 mengalami kenaikan. Hal ini berdampak pada pengunjung pariwisata di setiap tahunnya. Selain itu, adanya industri kreatif menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan, dan pengangguran. Berdasarkan data dari tahun 2011 hingga tahun 2016 jumlah penduduk yang bekerja di sektor industri kreatif di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Jumlah penduduk di Indonesia yang bekerja pada sektor industri kreatif tahun 2011 sebanyak 13,447 juta orang pekerja dan terus bertambah hingga tahun 2016 menjadi 16,909 juta orang pekerja (Ardiningrum, 2020)

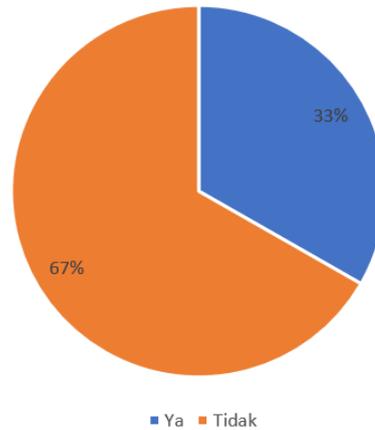
Data Instansi/Perusahaan dan Masyarakat Pada Tahun 2024 - 2025 Dalam Menggunakan Jasa Layanan Cv. Ekokapti Creative Production



Gambar 3 Data Instansi/Perusahaan dan Masyarakat Pada Tahun 2024 - 2025 Dalam Menggunakan Jasa Layanan Cv. Ekokapti Creative Production
Sumber : (Cv. Ekokapti Creative Production)

Cv. Ekokapti Creative Production merupakan perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2001 dan bergerak di bidang industri penyiaran dan produksi media seperti *Videotron, Live Streaming, Event Organizer, Wedding, Pre-Wedding, dan Multimedia Equipment*. Meski telah beroperasi selama 23 tahun. Berdasarkan data yang ditampilkan dalam diagram di atas, terlihat bahwa jumlah Instansi/Perusahaan yang menggunakan jasa Cv. Ekokapti Creative Production lebih besar dibandingkan dengan masyarakat umum. Dari total pengguna layanan, sebesar 58% berasal dari Instansi/Perusahaan, sementara masyarakat hanya menyumbang 42% dari keseluruhan pengguna.

Data Kuesioner Masyarakat Tentang Pengetahuan Layanan Yang Di Tawarkan Oleh Cv. Ekokapti Creative Production

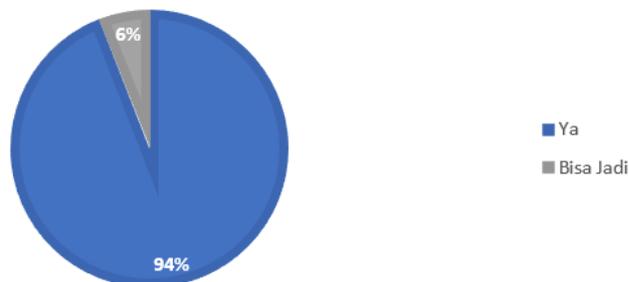


Gambar 4 Data Kuesioner Masyarakat Tentang Pengetahuan Layanan Yang Di Tawarkan

Sumber : (<https://forms.gle/dvuUitHJoL47RSZL9>, 2025)

Di era digital saat ini, keberadaan sebuah website yang fungsional dan menarik menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. Website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat branding, meningkatkan kredibilitas, dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Data Kepercayaan Masyarakat Terhadap Cv. Ekokapti Creative Production Jika Memiliki Website profesional

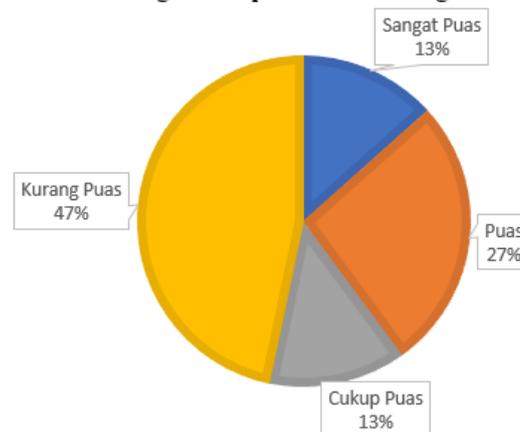


Gambar 5 Data Kepercayaan Masyarakat Terhadap Cv. Ekokapti Creative Production Jika Memiliki Website profesional

Sumber : (<https://forms.gle/dvuUitHJoL47RSZL9>, 2025)

Masalah Utama atau GAP saat ini oleh Cv. Ekokapti Creative Production saat ini Meski telah beroperasi selama 23 tahun, berdasarkan data yang ditampilkan dalam diagram di atas tingkat pengetahuan calon klien terhadap layanan yang ditawarkan oleh Cv. Ekokapti Creative Production . Sebanyak 67% Masyarakat tidak mengetahui layanan yang disediakan, sementara hanya 33% yang mengetahuinya. Salah satu faktor utama yang menyebabkan masyarakat belum menggunakan layanan Cv. Ekokapti Creative Production adalah strategi pemasaran Hingga saat ini, promosi masih lebih banyak dilakukan melalui platform seperti WhatsApp Broadcast, dan komunikasi langsung. yang menjadi hambatan juga Karena belum memiliki website untuk mencari mencari layanan yang tersedia dan portofolio hasil kerja yang mudah diakses.

Data Kuesioner Kepuasan Masyarakat Tentang Portofolio Yang Ditampilkan Di Instagram



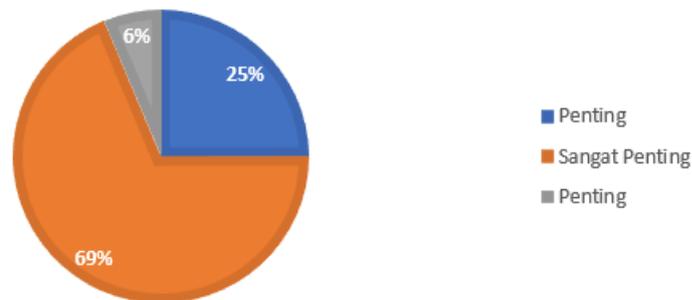
Gambar 6 Data Kuesioner Kepuasan Masyarakat Tentang Portofolio Yang Ditampilkan Di Instagram

Sumber : (<https://forms.gle/dvuUitHJoL47RSZL9>, 2025)

Media sosial, khususnya Instagram telah menjadi alat efektif menjangkau konsumen. Instagram memberikan kesempatan bagi bisnis untuk

menjangkau audiens yang luas dan beragam. Fitur-fitur seperti foto, video, Stories, IGTV, dan Reels memungkinkan perusahaan untuk berbagi konten visual yang menarik dan kreatif. Saat ini, Kepuasan Masyarakat Tentang Portofolio Yang Ditampilkan Di Instagram menunjukkan bahwa 47% responden merasa kurang puas dengan portofolio yang ditampilkan melalui Instagram.

Seberapa Penting Keberadaan Website Untuk Media Promosi Cv. Ekokapti Creative Production

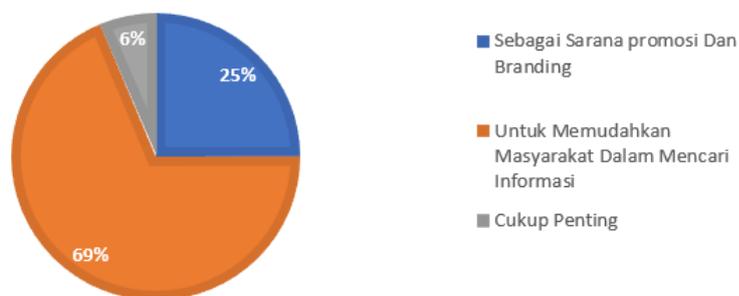


Gambar 7 Data Kuesioner Seberapa Penting keberadaan website untuk media Promosi Cv. Ekokapti Creative Production
Sumber : (<https://forms.gle/dvuUitHJoL47RSZL9>, 2025)

Cv. Ekokapti Creative Production saat ini menghadapi kendala besar dalam memaksimalkan potensi pasarnya karena belum memiliki platform digital yang optimal. Urgensi dari penelitian ini juga diperkuat oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet untuk mencari informasi produk dan layanan. Data menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih mempercayai perusahaan yang memiliki website resmi sebagai indikator profesionalisme dan kredibilitas. keberadaan *Website* merupakan indikator kredibilitas dan profesionalisme sebuah perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki *Website* sering dianggap kurang modern dan tidak profesional di mata

calon klien. Oleh karena itu, kehadiran *website* menjadi penting untuk menampilkan Informasi secara lebih terperinci dan menarik. Mayoritas responden, sebesar 69%, menyatakan bahwa *website* sangat penting untuk media promosi dan 69% menyatakan bahwa *website* akan memudahkan mereka dalam mencari informasi tentang informasi mengenai portofolio, detail layanan, harga, dan kontak. Selain itu, sebanyak 25% responden menilai bahwa memiliki *website* profesional sangat penting untuk sarana promosi dan branding.

Alasan Utaman Menurut Masyarakat Dalam Pembuatan Website Bagi Cv. Ekokapti Creative Production



Gambar 8 Data Kuesioner Alasan utama Menurut Masyarakat Dalam Pembuatan Website Bagi Cv. Ekokapti Creative Production
Sumber : (<https://forms.gle/dvuUitHJoL47RSZL9>, 2025)

Untuk meningkatkan daya tarik dan meningkatkan keterlibatan masyarakat, diperlukan Perancangan User Interface pada *website* Cv. Ekokapti Creative Production. *Website* yang dirancang dengan tampilan yang menarik dan fungsional dapat menjadi sarana yang lebih efektif untuk menjangkau masyarakat luas. Beberapa elemen penting dalam pengembangan User Interface *website* meliputi tampilan yang responsif dan user-friendly agar mudah diakses dari berbagai perangkat, informasi yang jelas dan menarik mengenai layanan yang ditawarkan serta portofolio digital yang menampilkan hasil karya sebelumnya untuk menarik minat calon pelanggan.

Dengan adanya peningkatan dalam strategi digital melalui perancangan *website* yang lebih interaktif, diharapkan masyarakat akan lebih tertarik menggunakan layanan Cv. Ekokapti Creative Production, sehingga proporsi pengguna dari kalangan masyarakat dapat meningkat seiring waktu.

Perancangan User Interface User Interface Desain *website* untuk Cv. Ekokapti Creative Production bertujuan untuk menciptakan sebuah platform digital yang efisien, interaktif, dan *user-friendly* guna memudahkan pengunjung dalam menavigasi berbagai informasi penting mengenai perusahaan. *Website* ini dirancang tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat branding di industri kreatif. Dengan adanya *website* ini, calon klien dapat dengan mudah mengakses informasi terkait portofolio, detail layanan, harga, dan kontak perusahaan tanpa harus datang ke kantor. Informasi tentang layanan seperti *videotron*, *live streaming*, *wedding event organizer*, dan *multimedia equipment* akan tersaji secara lengkap dan terstruktur dalam satu platform yang mudah digunakan.

Metode yang sistematis untuk memastikan hasil akhir yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta preferensi pengguna. Proses dimulai dari tahap ide/gagasan, di mana konsep dasar tampilan dan fungsi *website* dirancang untuk memperkuat branding dan memperluas jangkauan pasar. Selanjutnya dilakukan observasi untuk memahami kebutuhan pengguna. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam penyusunan brief yang merangkum kebutuhan spesifik perusahaan dan elemen penting dalam *website*. Tahapan berikutnya adalah

brainstorming untuk mengembangkan ide terkait struktur navigasi, tata letak visual, dan fitur interaktif. Ide-ide tersebut kemudian dituangkan dalam creative brief yang menentukan skema warna, tipografi, ikon, dan elemen visual lainnya. Proses desain dilanjutkan dengan pembuatan *wireframe* dan *mockup* menggunakan Figma dan Adobe Photoshop sebagai panduan tampilan antarmuka. Setelah itu, desain dikembangkan menjadi prototipe.

Kebaruan khususnya dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas perusahaan di era digital. Salah satu inovasi utama dari desain *website* ini adalah sistem navigasi yang sederhana namun efektif, yang memungkinkan pengguna mengakses informasi penting dengan mudah dan cepat. Selain itu, website ini menghadirkan portofolio interaktif yang memungkinkan calon klien menjelajahi hasil dokumentasi proyek-proyek sebelumnya dalam format gambar dan video berkualitas tinggi. Fitur ini tidak hanya memperkuat branding perusahaan, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual di mata pengunjung.

Desain *website* juga dirancang responsif agar kompatibel di berbagai perangkat seperti desktop, tablet, dan smartphone. Hal ini memungkinkan pengguna mengakses informasi kapan saja dan di mana saja tanpa terkendala tampilan yang tidak optimal. Selain itu, website ini dilengkapi dengan fitur integrasi media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Fitur tambahan seperti formulir kontak, peta lokasi, dan kolom testimoni klien juga dihadirkan untuk mempermudah komunikasi antara perusahaan dan calon klien.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Konsep Perancangan User Interface Desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production yang efisien dan *user-friendly* guna memudahkan pengunjung dalam menavigasi?
2. Bagaimana menciptakan platform digital yang mampu menyajikan informasi penting seperti portofolio, detail layanan, harga, dan kontak secara terstruktur dan mudah diakses?

C. Tujuan

1. Tujuan dibuatnya *User Interface* Desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production menciptakan sebuah platform digital yang efisien, interaktif, dan *user-friendly* guna memudahkan pengunjung dalam menavigasi berbagai informasi penting mengenai perusahaan.
2. Tujuan perancangan *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production adalah untuk menciptakan platform digital guna mengakses informasi produk dan layanan yang ditawarkan.

D. Manfaat

1. Bagi Mahasiswa
Dapat menjadi referensi dalam merancang *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production.
2. Bagi Produsen
Perancangan *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production dapat menjadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan

Perusahaan ke jangkauan lebih luas dan dapat menyediakan informasi produk atau layanan jasa yang detail

3. Bagi Konsumen

Perancangan *User Interface* (UI) desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production mengingat perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet untuk mencari informasi produk dan layanan sebagai platform untuk menampilkan portofolio, dan informasi penting lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production ini di perkuat dari adanya beberapa ringkasan atau referensi penelitian dan karya yang sudah pernah ada sebelumnya.

Beberapa penelitian jurnal yang pertama dengan judul “Perancangan *Website* Studio Fotografi “*Weldphotograph*” oleh Alif Naufal Muzakki di Universitas Telkom. Jurnal ini membahas tentang penelitian difokuskan untuk menumbuhkan brand awareness dari studio *Weldphotograph* di mata para calon klien dengan target pasar yang lebih luas, hal tersebut bisa dicapai dengan cara pembuatan *Website* yang menginformasikan tentang harga, jasa, dan portofolio dari studio *Weldphotograph*, metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan *mixed method*, dengan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka. Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan rancangan *Website* yang informatif seputar *Weldphotograph*, dengan tujuan untuk meningkatkan brand awareness studio

Weldphotograph. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan *Website* untuk studio fotografi Weldphotograph sangat diperlukan untuk bisa menginformasikan informasi yang esensial seputar Weldphotograph dan bisa menjangkau target pasar yang lebih luas (Muzakki et al., 2022).

Manfaat untuk Tugas Akhir dalam Perancangan *user interface* desain *Website* untuk Cv. Ekokapti Creative Production memiliki manfaat yang signifikan, mirip dengan tujuan yang ada pada perancangan *Website Weldphotograph* dalam jurnal yang dibahas sebelumnya. Salah satu manfaat utamanya adalah untuk meningkatkan brand awareness Cv. Ekokapti Creative Production melalui desain UI yang profesional dan menarik. Dengan desain yang responsif dan estetis, *Website* ini dapat memberikan kesan positif pertama bagi pengunjung, sehingga memperkuat citra perusahaan dan membantu lebih dikenal oleh klien potensial. Desain yang *user-friendly* akan memudahkan pengunjung dalam mencari informasi mengenai layanan, harga, dan portofolio jasa kreatif yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat konversi pengunjung menjadi klien. Selain itu, desain UI yang baik juga akan meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*), memungkinkan pengunjung untuk mengakses informasi secara mudah dan nyaman, serta memperkuat kredibilitas perusahaan dengan memberikan kesan yang lebih profesional.

Namun, perancangan *Website* Cv. Ekokapti Creative Production tentu memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan *Website Weldphotograph*. Perbedaan pertama terletak pada jenis layanan yang ditawarkan.

Wedphotograph lebih fokus pada jasa fotografi, yang mengutamakan visual berupa foto dan portofolio gambar hasil karya mereka. Sebaliknya, Cv. Ekokapti Creative Production menawarkan layanan kreatif yang lebih beragam, seperti *videotron, wedding, multimedia equipment, event, dan live streaming* yang memerlukan desain UI yang dapat menampilkan berbagai jenis konten, termasuk gambar dan video. Ini membutuhkan elemen interaktif yang lebih dinamis, seperti galeri proyek yang dapat menampilkan berbagai format media dan elemen desain yang lebih fleksibel.

Kemudian yang ke dua Penelitian dengan judul “Perancangan *User Interface* Sistem Informasi Penjualan dan Promosi Jamur Berbasis web Pada CV. Branding Padang” oleh Arman di STMIK Indonesia Padang. Jurnal ini membahas tentang perancangan *User Interface* Sistem Informasi Penjualan dan Promosi Jamur Berbasis web Pada CV. Branding Padang. Perancangan ini fokus pada *Website* yang dirancang itu tujuannya adalah untuk mempermudah user intecase pada pihak management Cv. Bdanding dalam proses penjualan dan promosi jamur terhadap pelanggan yang akan melakukan pembelian dan menjual produk jamur (Arman et al., 2019).

Manfaat untuk Tugas Akhir dalam berikut, Salah satu manfaat utama yang dapat diambil dari jurnal ini adalah pendekatan dalam merancang *user interface* yang responsif menekankan pentingnya desain yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga membantu pengguna untuk mendapatkan informasi secara efisien, seperti dalam sistem *website*, endekatan serupa dapat diterapkan pada desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production dengan mengutamakan

kemudahan akses dan keterbacaan informasi bagi pengunjung, meskipun konteksnya adalah untuk menampilkan layanan kreatif dan portofolio perusahaan.

Namun, meskipun ada manfaat yang bisa diadaptasi, terdapat beberapa perbedaan mendasar antara jurnal ini dan tugas akhir Anda. Jurnal ini berfokus pada penjualan dan promosi produk jamur, sehingga fitur utama yang diusung adalah yang berkaitan dengan *e-commerce* seperti keranjang belanja, promosi produk, dan sistem transaksi online. Sebaliknya, tugas akhir Anda lebih berorientasi pada pembuatan *Website* perusahaan yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun branding perusahaan yang kreatif. Oleh karena itu, desain visual pada *Website* Cv. Ekokapti Creative Production akan lebih menekankan pada elemen-elemen yang mencerminkan identitas kreatif perusahaan, seperti portofolio, desain grafis, dan profil layanan. Perbedaan lainnya terletak pada jenis interaktivitas yang diterapkan. Pada jurnal ini, sistem informasi penjualan dan promosi jamur difokuskan pada interaksi pengguna yang berkaitan dengan pembelian, sementara *Website* Cv. Ekokapti Creative Production akan lebih fokus pada pengalaman pengguna dalam menjelajahi karya-karya kreatif dan memahami layanan perusahaan.

Kemudian yang ke tiga Penelitian dengan judul “ Perancangan Design *User Interface Website* Pada Pet Shop Azria Di Kabupaten Lamongan” oleh Nurafni Ayu Ningsih di Universitas Negeri Surabaya. Era digital yang disertai perkembangan teknologi canggih, terbukti dapat memberikan dampak baik bagi

masyarakat Indonesia. Salah satu perubahan positif yang terjadi pada masyarakat adalah berubahnya perilaku akibat dari kemudahan dalam mengakses informasi menggunakan teknologi. *Website* merupakan salah satu media online yang mampu menyajikan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat, salah satunya dalam mengakses layanan jasa. *Website* Petshop Azaria dirancang dengan tujuan untuk mempermudah reservasi online dan pendataan pelanggan. Adanya *Website* pada Pet Shop Azria menjadikan sistem lebih sistematis dan mempermudah pelanggan dalam menangani keluhan hewan peliharaan (Ningsih & Abidin, 2021).

Manfaat untuk Tugas Akhir Salah satu manfaat utamanya adalah penerapan metodologi *User-Centered Design* (UCD) yang berfokus pada kebutuhan pengguna, yang sangat relevan untuk tugas akhir Anda. Dalam desain *website*, pendekatan UCD dapat memastikan bahwa antarmuka yang dirancang akan memenuhi kebutuhan klien dan mempermudah pengguna dalam mengakses berbagai layanan yang ditawarkan oleh Cv. Ekokapti Creative Production Creative Production, seperti *videotron*, *live streaming*, dan *event*. Selain itu, jurnal tersebut juga menekankan pentingnya elemen desain dasar seperti *wireframe*, tipografi, warna, dan ikon, yang akan berguna untuk menyusun desain yang estetik namun tetap fungsional pada *Website* Anda.

Namun, ada beberapa perbedaan mencolok antara proyek desain *Website* pada jurnal tersebut dan tugas akhir Anda. Pet Shop Azria memiliki audiens yang lebih terbatas, yaitu pecinta hewan di daerah Lamongan, sehingga desain *Website* lebih berfokus pada kemudahan dalam melakukan reservasi dan menangani

keluhan hewan peliharaan. Sebaliknya, Cv. Ekokapti Creative Production menawarkan layanan yang lebih luas dan beragam, seperti *videotron*, *wedding*, dan *live streaming*, yang mengharuskan desain *Website* lebih dinamis dan interaktif. *Website* Cv. Ekokapti Creative Production harus mampu menampilkan berbagai portofolio kreatif, seperti foto dan video dari layanan-layanan tersebut, yang membutuhkan elemen visual yang lebih kompleks dan fleksibel. Selain itu, *Website* untuk Cv. Ekokapti Creative Production harus mencerminkan identitas kreatif perusahaan dan menarik perhatian klien bisnis yang mencari jasa profesional dengan kualitas tinggi. Hal ini memerlukan desain yang tidak hanya fungsional, tetapi juga sangat estetis dan dapat memproyeksikan citra perusahaan yang modern dan inovatif.

Kemudian yang ke empat Penelitian dengan judul “Perancangan *User Interface Website* Untuk Coffee Shop Kopiology Makassar” oleh Yusril Prasetya Suratinoyo di Universitas Telkom. Jurnal ini membahas tentang perancangan *Website* Coffee Shop Kopiology akan memenuhi kebutuhan media informasi terkait Coffee Shop kopiology sehingga menjadi sarana untuk para pelanggan tau apa saja yang ditawarkan oleh Kopiology. Fitur yang akan ditawarkan di dalam *Website* tersebut yaitu foto suasana Coffee Shop kopiology, Tentang Kopiology, Menu makanan dan minuman, Lokasi, Event, dan Kontak. Yang tentunya dari fitur tersebut sangat penting untuk menginformasikan kepada pelanggan dan hal tersebut juga dapat mengubah pandangan pelanggan terhadap brand dari Coffee Shop kopiology itu sendiri melalui pendekatan media platform *Website* (Suratinoyo et al., 2022).

Manfaat untuk Tugas Akhir perancangan ini Salah satu manfaat utamanya adalah penerapan desain UI yang menekankan pada portofolio visual. Pada jurnal tersebut, *Website* studio fotografi dirancang dengan fokus utama pada tampilan galeri foto yang menarik dan mudah dinavigasi oleh pengguna. Hal ini sangat relevan untuk Cv. Ekokapti Creative Production , karena perusahaan ini bergerak dalam bidang kreatif yang tentunya membutuhkan presentasi visual yang kuat melalui portofolio. Konsep ini dapat diterapkan untuk menyusun tata letak portofolio Cv. Ekokapti Creative Production agar lebih menarik dan memudahkan pengunjung dalam menjelajahi karya-karya kreatif yang telah dikerjakan.

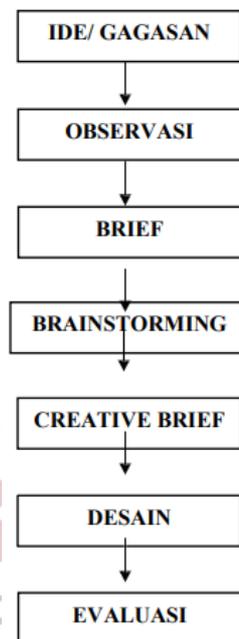
Selain itu, jurnal ini juga menekankan pentingnya desain responsif agar *Website* dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat, seperti desktop, tablet, dan ponsel. Penerapan desain responsif ini sangat penting bagi *Website* Cv. Ekokapti Creative Production , yang juga membutuhkan antarmuka yang dapat diakses dengan nyaman oleh berbagai jenis pengguna dengan berbagai perangkat. Mengingat pengalaman pengguna yang baik adalah kunci untuk menarik perhatian calon klien atau pengunjung, prinsip desain responsif yang dijelaskan dalam jurnal ini sangat bermanfaat untuk memastikan *Website* Cv. Ekokapti Creative Production dapat memberikan pengalaman visual yang konsisten dan menyenangkan di semua platform.

Namun, meskipun ada banyak manfaat yang bisa diadaptasi, terdapat juga perbedaan mendasar antara jurnal ini dan tugas akhir Anda. Jurnal tersebut lebih berfokus pada *Website* studio fotografi, yang memiliki tujuan utama untuk

menampilkan galeri foto dan memfasilitasi penjualan produk fotografi atau jasa pemotretan secara online. *Website* ini lebih mengutamakan tampilan gambar yang besar dan menonjol untuk menarik perhatian pengunjung yang tertarik pada layanan fotografi. Sementara itu, *Website* Cv. Ekokapti Creative Production berfokus pada branding kreatif perusahaan, yang tidak hanya mencakup portofolio, tetapi juga layanan desain grafis, video, dan pembuatan konten kreatif lainnya. Oleh karena itu, meskipun keduanya berfokus pada presentasi visual, jenis konten yang disajikan akan berbeda, dengan Cv. Ekokapti Creative Production mengedepankan beragam karya kreatif dalam berbagai format dan jenis layanan.

F. Metodologi Perancangan

Sebelum melakukan pembuatan *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production, tahap awal yang perlu dilakukan adalah menentukan konsep rancangan *User Interface* desain *Website* agar di publikasikan nanti dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan tepat sasaran. Langkah – Langkah yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah situs *Website* adalah sebagai berikut:



Gambar 9 Metode Perancangan
 Sumber : (Vijay Kumar, 2016: 184-193, 2025)

1. Ide / Gagasan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ide adalah rancangan yang tersusun di pikiran. Artinya sebuah ide terbentuk dari suatu ide dasar yang nantinya akan di kembangkan atau diwujudkan sebagai acuan pemikiran kedepannya. Gagasan awal membuat desain *Website* untuk Cv. Ekokapti Creative Production adalah untuk menciptakan identitas melalui media digital. Permasalahan utama Di era digital saat ini, keberadaan sebuah *Website* yang fungsional dan menarik menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran dan operasional perusahaan di berbagai bidang, termasuk dalam industri penyiaran dan produksi media. Perusahaan yang menawarkan jasa seperti *Videotron, Live Streaming, Event, Wedding, Pre-wedding, dan Multimedia Equipment*. sangat

bergantung pada *Website* mereka sebagai media utama untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai platform untuk memperkuat brand dan membangun hubungan yang erat dengan klien, Tanpa adanya *website*, calon klien dan audiens kesulitan untuk mengakses informasi mengenai layanan yang ditawarkan. Informasi seperti portofolio, detail layanan, harga, dan kontak tidak mudah ditemukan, yang dapat mengurangi minat dan kepercayaan calon klien.

2. Observasi

Survey yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data-data untuk membantu mewujudkan sebuah ide tersebut yaitu dengan Observasi dilakukan di Lokasi Cv. Ekokapti Creative Production yang terletak di Mojosoongo, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57127. Sumber data di ambil dari Owner Cv. Ekokapti Creative Production . Pengumpulan data melalui wawancara langsung kepada pemiliknya langsung.

3. Brief

Pada penulisan proposal tugas akhir ini merupakan sebuah inovasi *User Interface* desain *Website* pembuatannya dirancang sesuai dengan segmentasi dan konsep, memaparkan penjelasan-penjelasan singkat dari hasil observasi sehingga data yang dihasilkan lebih ringkas dan mudah untuk dipahami.

a. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan untuk perancangan proposal tugas akhir ini adalah :

- 1) Wawancara dengan pemilik Cv. Ekokapti Creative Production sebagai pendukung pengumpulan data dalam membuat *User Interface* desain *Website* Cv. Ekokapti Creative Production
- 2) Pustaka dengan melakukan penelaahan melalui buku, jurnal, dan skripsi sebagai sumber data yang akurat dalam penulisan proposal tugas akhir yang akan dilakukan.
- 3) Dokumentasi seperti foto maupun dokumentasi visual dapat juga digunakan sebagai bahan referensi dan tolak ukur agar lebih baik dalam menentukan hasil karya.

b. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi atau survey pada lapangan mengenai objek yang di teliti, dengan melakukan sebuah wawancara pada narasumber yang ahli pada bidangnya dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mendapat jawaban yang akan dipakai sebagai sumber data pada penelitian tugas akhir ini.
- 2) Pustaka sebagai pengumpulan data tertulis seperti buku, jurnal, tugas akhir serta dokumen-dokumen tertulis lain

yang tersimpan di perpustakaan maupun server seperti *website*.

- 3) Dokumentasi Berisi berbagai foto dan video dari berbagai sumber yang didapatkan dari hasil mendokumentasikan sendiri maupun mengambil dari internet.

4. *Brainstorming*

Menguji beberapa ide dalam perancangan ini untuk menyelesaikan masalah dengan mengkonsultasikan rutin ke dosen hingga para ahli serta menjaga komunikasi dengan pihak Cv. Ekokapti Creative Production .

5. *Creative Brief*

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

- a. Sktch dilakukan secara manual untuk mengetahui proses dan alur dalam pembuatan *User Interface* secara visual kemudian direalisasikan ke dalam komputer untuk direalisasikan sebagai simulasi *User Interface Website* hingga direalisasikan sebagai wujud dari *Website* yang sebenarnya.
- b. Aplikasi yang di gunakan dalam pembuatan ini beragam dari corel draw 2020, Adobe Photoshop hingga Figma.

- c. Visualisasi yang sudah terencanakan dalam bentuk foto atau video di sesuaikan dengan target yang di tuju berdasarkan data yang sesuai.

6. Desain

Perancangan desain *Website* dengan menterjemahkan perencanaan ke dalam *software* desain, merupakan tahapan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan dari konsep yang telah di susun. Tahap ini memerlukan skill dan insting yang baik untuk mendapatkan desain yang baik

7. Evaluasi

Tahapan ini berisi Kesimpulan dari hasil akhir dari sebuah karya guna meningkatkan hasil yang memuaskan sesuai dengan hasil observasi yang ada.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab, di antaranya berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan dan 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 terkait dengan suatu objek atau tema yang dipilih.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

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

BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Bab ini membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat ke dalam bentuk mock up karya yang hendak di realisasikan sesuai dengan Analisa data, Usp, Esp, Positioning dan Strategi Kreatif yang telah di tentukan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian dan hasil pembuatan karya yang telah di lakukan penulis untuk Instansi maupun dosen pengajar.

