



PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL DESAIN WEBSITE “MUGGLE DIVISION” MENGGUNAKAN KAIDAH UI & UX

Gilang Endra Prastowo¹, Dian Prajarini²

¹Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

²Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

E-mail: gilangendra15@gmail.com¹, dianpraja@stsrdivisi.ac.id²

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 01 Oktober 2020

Revised: 26 Oktober 2020

Accepted: 02 November 2020

Keywords:

Website

UI/UX

Clothing

Convection

ABSTRAK

"Muggle Division" is engaged in convection production services, founded 5 years ago, so far using Instagram promotion media. However, when social media cannot provide clear and complete information, problems arise such as when consumers are about to order and have to wait for customer service to respond for quite a long time. Therefore we need media to answer these obstacles, namely the website, to provide more complete, clear information and order input services without having to wait for customer service responses. This study aims to design a "Muggle Division" website equipped with a self-service order feature. The user experience design method used is the five planes user experience elements method followed by writing HTML, CSS, and Javascript tags. The result of the design is a "Muggle Division" website with UI and UX rules. The use of UI methods includes color, layout, typography, whitespace, icons, and animation. The use of the UX method is in the step by the step payment system and page login which provides the option of page register for visitors who are not yet a member of the "Muggle Division".

1. PENDAHULUAN

Seperti halnya perkembangan *lifestyle* maupun *fashion* yang pada saat ini sangat diminati oleh kalangan anak muda, tak kalah dengan anak muda sebagian orang tua pun juga banyak yang berminat dengan *clothing brand* ternama dari dalam negeri maupun luar negeri. Industri *clothing* sendiri ada 2 macam jenis yaitu pertama adalah *brand* yang mempunyai tim untuk mengerjakan produksi sendiri didalam perusahaan itu biasanya *brand* tersebut sudah mempunyai nama yang besar atau terkenal dan yang kedua adalah *brand* yang baru muncul dan produksinya masih di lempar atau bekerjasama dengan vendor lain.

Perkembangan industri *clothing* sendiri sangat meningkat di beberapa tahun belakangan ini seperti di kota Bandung, Yogyakarta, Jakarta, dan kota-kota besar lainnya. Vendor konveksi di kota Yogyakarta juga sangat banyak sekali, sehingga peluang usaha konveksi pun tidak kalah menjanjikan dengan bisnis *clothing* karena kedua bisnis ini masih satu arah. Pemilik bisnis *clothing* dan pemilik konveksi saling bekerjasama untuk memproduksi produk - produk yang dibutuhkan industri *clothing*. Jenis *brand* yang baru muncul, biasanya kesulitan untuk mencari *partner* meskipun ada sosial media instagram karena pencarian atau kaca kuncinya terbatas. *Muggle Division* atau lebih dikenal *Muggle Dvsn* adalah vendor konveksi yang berdiri sejak tahun awal 2015 di Yogyakarta dan masih bisa dibbilang cukup baru dalam dunia konveksi. Akan tetapi produk yang di hasilkan sudah mencapai standar sebuah konveksi yang berkualitas dan mampu bersaing. “*Muggle Division*” bergerak dibidang jasa konveksi atau jasa pembuatan seperti kaos, kemeja, jaket, celana, topi, tas, dan masih banyak lagi. Saat ini “*Muggle Division*” tercatat ada 100 lebih konsumen yang telah *order*, ada 5.570 lebih *order* telah diproduksi, dan memiliki 10 karyawan yang berkualitas dalam bidang produksi. “*Muggle Division*” selama ini menggunakan promosi melalui media sosial instagram, namun konsumen tidak bisa order langsung melauai instagram untuk itu “*Muggle Division*” mengarahkan untuk menghubungi via *contact person* atau *e-mail*.

Media sosial instagram tersebut sekarang di anggap sangat populer di kalangan pemilik bisnis *online shopping*. Di sisi lain karena memang gratis dan banyak penggunanya akan tetapi dibalik ke populernya terdapat kekurangan – kekurangan yang ada pada instagram seperti terbatasnya penulisan konten, banyaknya *spamming*, foto berukuran kecil dan sebagainya. Maka dari itu dibutuhkan media baru untuk menjawab kekurangan dari media promosi lama yaitu instagram) serta menjawab kekurangan proses order “*Muggle Division*”. *Website* sebagai salah satu media utama promosinya, supaya pemilik bisnis *clothing* yang baru memulai bisnisnya ketika kesulitan mencari *partner* di instagram bisa mencari di *web browser*, selain itu juga dapat memberikan ruang yang leluasa untuk konsumen.

Seiring perkembangan internet yang sangat pesat banyak bermunculan perusahaan *e-commerce*. *E-commerce* hadir untuk menjawab semua kebutuhan hidup pengguna tanpa harus keluar rumah dan lebih cepat dalam melakukan pembelian produk. Penjual pun juga akan dipermudah untuk menjual produk-produknya dengan *e-commerce*, maka saat ini banyak sekali *marketplace* yang mulai menjual produk berbasis *online*. *E-commerce* merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Indonesia adalah

salah satu negara dengan perkembangan industri sektor *e-commerce* paling potensial di Asia (Triana, 2019). Kemacetan dan kesibukan yang semakin meningkat, membuat orang semakin malas untuk meluangkan waktu mengunjungi toko untuk berbelanja, tak hanya itu, *smartphone* dan layanan *internet* murah dan mudah membuat semua orang beralih ke digital (SEO, 2014). Untuk itu “*Muggle Division*” sebagai penyedia jasa harus mengikuti dan tuntutan jaman digital yang sangat cepat berkembangnya dan memberi kemudahan konsumen dalam berbelanja.

“*Website* adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (*home page*) menggunakan sebuah browser menggunakan URL *website*” (Waryanto, 2018). *Website* memiliki banyak sekali fungsi semua tergantung tujuan dan keinginan apa yang ingin dicapai, banyak orang menggunakan *website* untuk menjalankan bisnis dengan menjual produk atau jasa mereka di *website*, lalu ada juga yang menggunakan *website* untuk memberikan informasi dan menjelaskan profil seseorang atau perusahaan (Rebecca, 2017). S mendesain sebuah *web*, baiknya kita mengetahui dan memahami beberapa fungsi dari *website* agar desain yang kita buat nantinya sesuai dengan fungsi situs *web* tersebut, antara lain: (1) fungsi informasi; (2) hiburan; (3) transaksi; (4) komunikasi; dan (5) media sosial (Suyanto, 2007).

Pada proses pengembangan sebuah *website*, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain *user interface* dan *user experience*. *User interface* adalah bagian visual dari *website*, aplikasi *software* atau *device hardware* namun bukan hanya tentang warna dan bentuk melainkan yang memastikan bagaimana seorang *user* berinteraksi dengan aplikasi atau *website* tersebut dan bagaimana informasi ditampilkan di layar yang tepat untuk tercapainya tujuan (Aziz, 2017; Dewaweb Team, 2018). Selain infrastruktur informasi dan desain interaksi yang baik, *user interface* juga memperhatikan elemen visual antara lain: (1) *layout*; (2) tipografi; (3) ikon dan simbol; (4) keterjangkauan; (5) grafis; (6) warna; (7) animasi dan transisi (Dewaweb Team, 2018; McKay, 2013).

Melalui desain *user interface* maka *website* yang didesain bisa digunakan dengan baik dan meningkatkan *user experience* sehingga pengguna merasakan kepuasan serta kenyamanan. Supaya *user experience* pengguna meningkat, bermaksa dan relevan, maka diperlukan proses *user experience design* dimana dalam proses ini terdapat aspek desain yang mendalami mengenai aksesibilitas dan akomodasi potensi serta keterbatasan fisik pengguna, seperti *layout* tampilan yang tidak membingungkan, penggunaan warna, ukuran keterbacaan huruf (Anas, 2017; Anonim, n.d.). Pada pengembangan *user experience* pembuatan *website*, kerangka yang

bisa diterapkan yaitu metode *five planes user experience elements* (Asdarianto, 2017; Destian, 2015; Prajarini, 2020).

2. METODE PERANCANGAN

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara pada calon pengguna *website* yaitu pemilik bisnisi *clothing* yang sering berhubungan dengan *Muggle Division* dan masyarakat umum atau pembeli produknya. Sedangkan perancangan *user experience* dilakukan menggunakan metode *five planes user experience elements*, yaitu: (1) *strategy plane*; (2) *scope plane*; (3) *structure plane*; (4) *skeleton plane* dan (5) *surface plane*. Setelah *prototype* dari proses *surface plane* selesai maka dilanjutkan dengan menuliskan kode HTML, CSS dan JS untuk membangun *website*.

3. PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Pada deskripsi data ini akan disajikan 2 langkah hasil dari metode *five planes user experience elements* yaitu: (1) *strategy plane*; dan (2) *scope plane*.

1. Strategy Plane

Analisis tujuan bisnis, kebutuhan pengguna serta perancangan *user persona* merupakan tahapan proses bagian ini.

a. Data Wawancara

Data wawancara dilakukan untuk mendapatkan data- data dari pengguna *website* yang ingin mencari vendor konveksi untuk diajak bekerjasama dalam hal produksi atau lainnya. Dari data itu akan tahu seberapa pentingnya *website* untuk bisnis dan juga respon dari pengguna bagaimana desain *website* yang akan dibuat atau di rancang. Wawancara ini melibatkan 2 orang yang memiliki bisnis *clothing* dan 2 masyarakat umum yang ingin membuat atau memproduksi kaos, jaket, atau kemeja untuk komunitas atau kantornya.

b. Analisis Tujuan Bisnis

“*Muggle Division*” membutuhkan *website* untuk media promosi dan pengembangan *order online* menggunakan sistem *self service* pada vendor konveksi yang berada di kota Yogyakarta. Selain sebagai salah satu promosi *website* juga bisa sebagai etalase produk dari hasil produksi. Saat *website* dibangun dengan baik dan tertata rapi *website* juga bisa

menjadikan perusahaan menjadi berkembang. Target market pada perancangan *website* ini adalah masyarakat umum dan pelaku bisnis *clothing brand* yang belum memiliki tim produksi sendiri. Target *audience* pada perancangan ini di tujukan untuk yang membutuhkan *website* sebagai tempat mencari informasi yang lengkap dan jelas tentang vendor konveksi atau jasa produksi kaos, jaketm hoodie, dan lain-lain.

Umur : 18 – 40 tahun

Jenis Kelamin : Laki – laki & Perempuan

Pekerjaan : Pelajar & Karyawan

Hobi : Fashion & Lifestyle

c. Kebutuhan Pengguna

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, dibutuhkan sebuah *website* yang mudah, sederhana, loading tidak lama, warna menarik, simple. Yang terpenting memberikan informasi yang lebih lengkap dan jelas tentang produksi di “*Muggle Division*”, menambah katalog-katalog produksi supaya konsumen lebih yakin untuk menjadikan “*Muggle Division*” sebagai tempat produksi dan teman berpartner.

d. User Persona



Gambar 1. User persona pemilik *clothing brand*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2. User persona pembeli produk *clothing*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2. Scope Plane

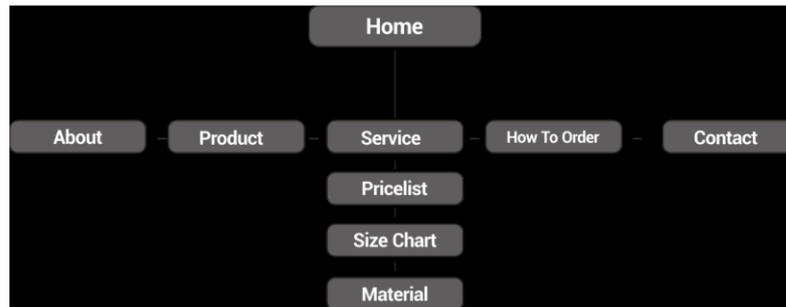
Jenis aplikasi yang akan dibangun serta perangkat pembuatan aplikasi merupakan tahapan pada proses ini, selain pembuatan skenario pengguna. Perangkat keras yang digunakan laptop Asus dengan layar 14 inci, prosesor Pentium. Kartu grafis NVIDIA 320G , RAM 4 GB. *Browser* yang digunakan *Google Chrome*. Pengalaman Ucay sebagai pengguna saat membuka *website “Muggle Division”* yang dia akan menemukan halaman *homepage* dan dari situ terdapat *banner* perusahaan “*Muggle Division*” yang mengajak konsumen untuk bergabung (*join us*). Berikutnya saat di *scroll* kebawah akan ada informasi tentang produksi, ada *specialist product*, dan ada kenapa harus memilih produksi di “*Muggle Division*”. Untuk pengguna yang belum bisa 24 login karena belum punya *account* maka akan di arahkan ke halaman *register* dengan begitu akan menjadi *member* dari “*Muggle Division*”. Berikutnya ada halaman *about* yang berisi tentang informasi perusahaan , serta misi dan visi dari perusahaan dan bagaimana cara kerjanya. Setelah itu brian akan menemukan halaman *product* dari situ pengguna dapat melihat portofolio dari “*Muggle Division*” yang berisi tentang hasil produksi. Selanjutnya brian akan menemukan halaman *service*, dari halaman tersebut pengguna dapat memilih produk apa yang ingin dipesan, terus *material* yang di pilih dan ukuran (*size chart*). Dari halaman *service* pengguna bisa menentukan harga dari barang yang akan dipesan, dengan begitu pengguna akan diarahkan ke halaman *order*. Lalu pengguna di halaman *order* bisa menentukan berapa jumlah yang akan dipesan, apa warna bahannya, dan apa saja ukurannya. Jika sudah pengguna akan diarahkan ke halaman *cart* (keranjang belanja) untuk menghitung ulang jumlah *order* , warna bahan, serta ukuran, dan alamat pengiriman. Pengguna akan diarahkan untuk melakukan pembayaran atau *check out* setelah selesai melakukan pembayaran setelah itu akan ada pemberitahuan.

3.2 Pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan data perancangan berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan dari 2 tahapan sebelumnya. Pada pembahasan ini akan menyajikan 3 tahapan dari metode *five planes user experience elements* yaitu: (1) *structure plane*; (2) *skeleton plane*; dan (3) *surface plane*. Selain itu juga disajikan hasil dari penulisan kode HTML, CSS dan JS dalam pembangunan *website “Muggle Division”*.

1. *Structure Plane*

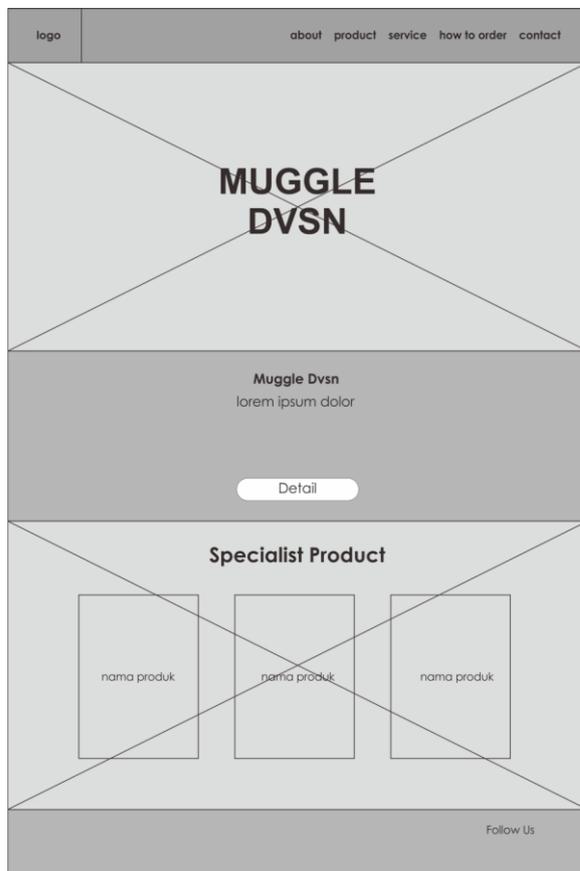
Asitektur informasi *website “Muggle Division”* terlihat pada Gambar 3.



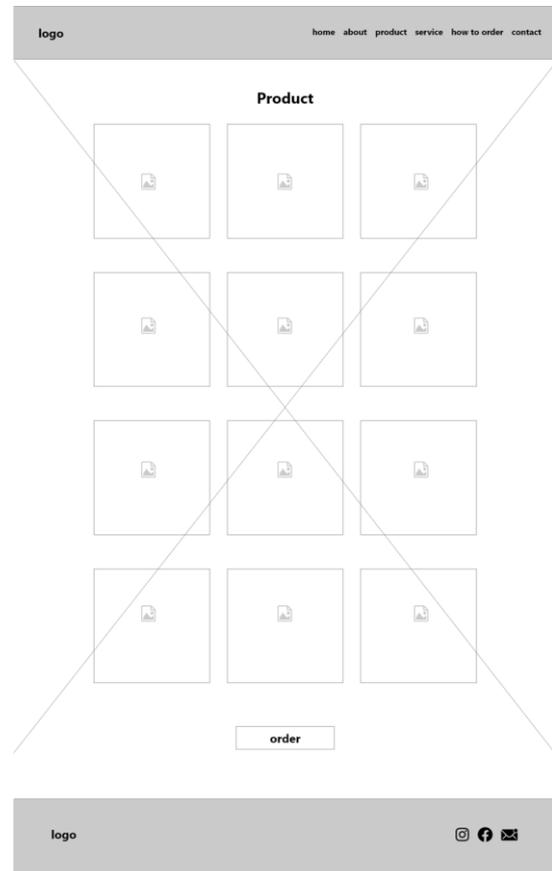
Gambar 3. Peta situs
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2. *Skeleton Plane*

Percanaan *user interface* pada tahap ini masih berupa *low fidelity layout*. Gambaran kasarnya digambarkan dalam *layout wireframe*.



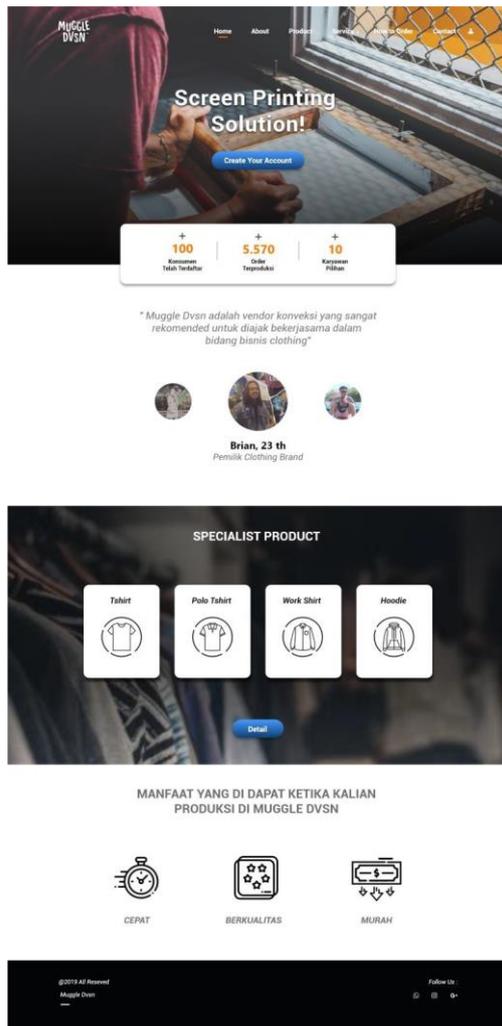
Gambar 4. *Wireframe* halaman *Home*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



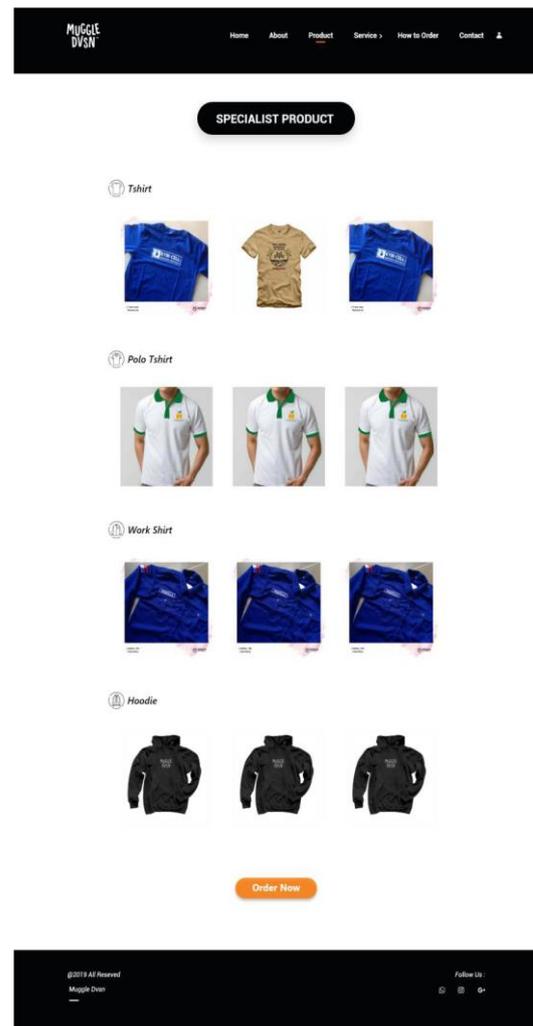
Gambar 5. *Wireframe* halaman *Product*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3. *Surface Plane*

Rancangan *prototype* yang bersifat *medium fidelity* dengan menerapkan: (1) elemen visual warna hitam, putih, *orange*, biru dan abu-abu, (2) tipografi dengan menggunakan huruf *Roboto*, *Lato* dan *Open Sans* dengan ukuran *font* untuk *headline* 45pt dan untuk *bodycopy* berukuran 12pt.

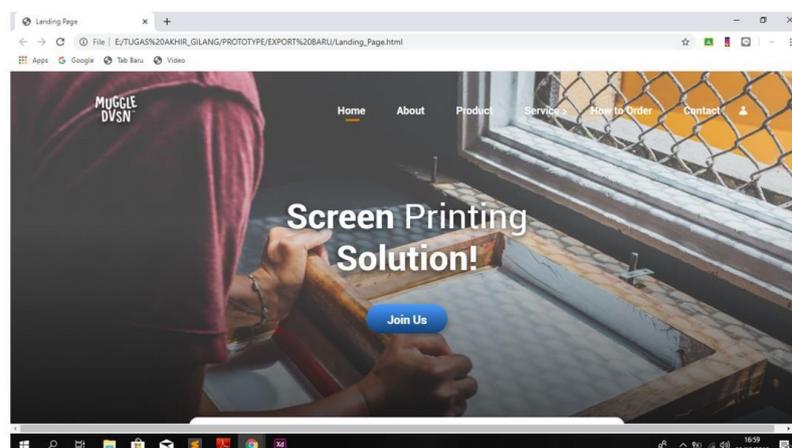


Gambar 6. *Prototype* halaman Home
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

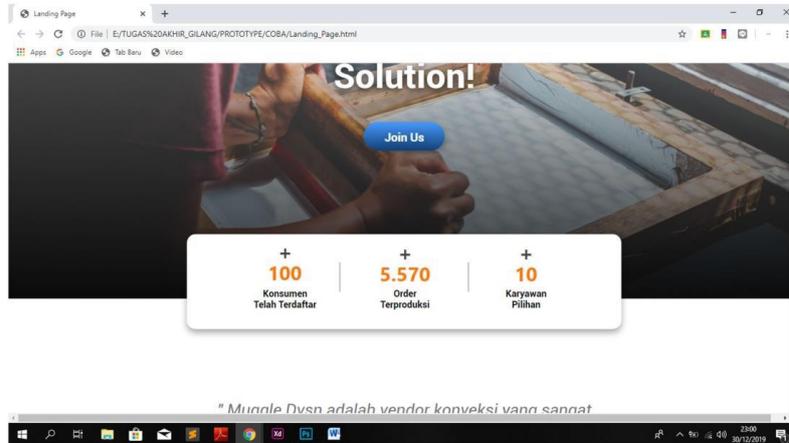


Gambar 7. *Prototype* halaman Product
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Setelah selesai pembuatan *prototype*, maka dilanjutkan dengan penulisan kode HTML, CSS dan JS. Berikut tampilan *website* “Muggle Division” saat diakses melalui *browser*.



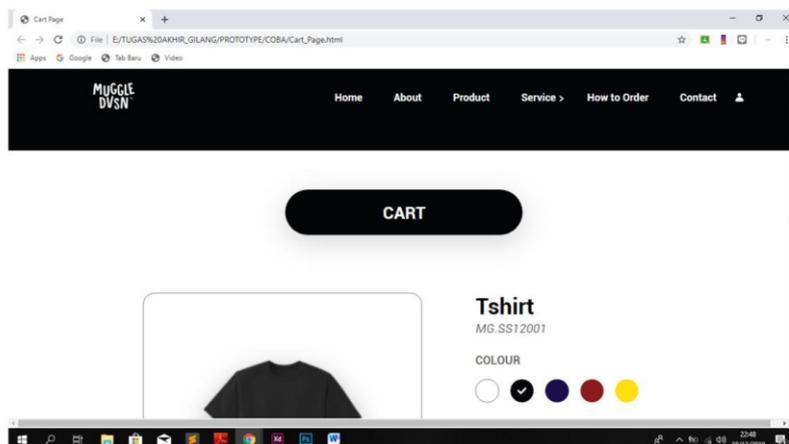
Gambar 8. *Home Page Preview Browser - Header*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



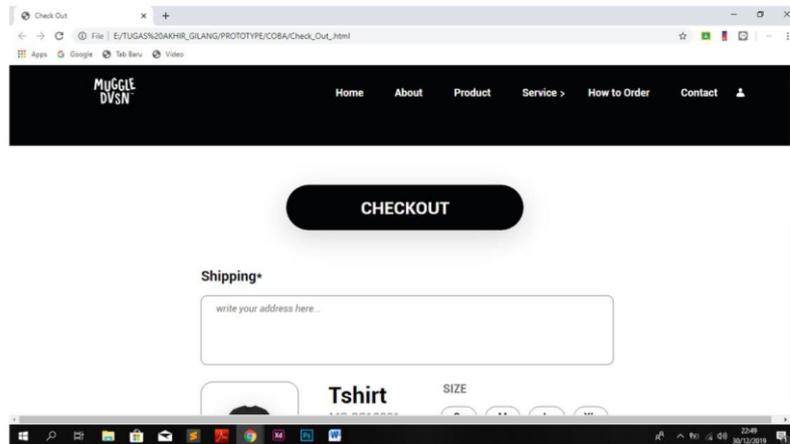
Gambar 9. *Home Page Preview Browser*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 10. *Home Page Preview Browser - Footer*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 11. *Cart Preview Browser - Header*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 12. *Check out Preview Browser - Header*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. KESIMPULAN

Penerapan kaidah *user interface* pada perancangan website “Muggle Division” dapat ditemukan pada: (1) desain *layout website* yang mudah dipahami oleh pengguna; (2) jenis tipografi yang digunakan jenis font Roboto sebagai *headline* ukurannya 45pt (*point*) dan *Open Sans* sebagai *bodytext* dengan ukuran font 12pt (*point*); (3) warna disetiap halaman menggunakan warna hitam, abu, putih, biru dan orange sebagai penegas desain “Muggle Division”, warna abu dapat memberikan kesan yang stabil, warna orange memberi kesan antusias dan cocok untuk tombol, warna biru meliki kesan intelektual dan tenang, warna putih dapat memberi kesan bersih; (4) *white space* dari desain *layout* agar pesan yang disampaikan terbaca dengan jelas karena ada ruang kosong; (5) *icon* dan *symbol* yang digunakan memberikan gambaran secara visual pada sebuah elemen desain sebagai pelengkap ataupun pengganti teks dalam *website*; (6) animasi setiap *page* bertujuan untuk memberikan *feedback*.

Penerapan kaidah *user* pada perancangan website “Muggle Division” dapat ditemukan pada: (1) desain *page login* yang memberi opsi *page register* untuk pengunjung yang belum menjadi *member* dari “Muggle Division”; (2) *step by step* dari proses pemesanan hingga pembayaran yang dilakukan bisa langsung tanpa harus transfer ke bank atau m-banking; (3) *preview* produk interaktif yang memakai *zoom hover*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. (2017). *Pentingnya Memiliki Website Untuk Bisnis Anda*. Studiokonten.Com.
- Anonim. (n.d.). *User Experience (UX) Design*. Interaction Design Foundation.
- Asdariato, Z. (2017). *Perancangan user experience pebisnis pada sistem pemasaran waralaba produk umkm menggunakan metode five planes*. Institut Pertanian Bogor.
- Aziz, M. H. (2017). Perancangan Desain Website Sebagai Salah Satu Media Promosi the Cobbler Yogyakarta. *Journal Tugas Akhir*.
- Destian, F. (2015). *Perancangan User Experience KRB Apps Menggunakan Five Planes User Experience Elements*. Institut Pertanian Bogor.
- Dewaweb Team. (2018). *User Experience & User Interface*. Dewaweb.Com.
- McKay, E. (2013). *UI is Communication: How to Design Intuitive, User Centered Interfaces by Focusing on Effective Communication* (H. Scherer. (Ed.)). Newnes. <https://doi.org/10.1016/C2011-0-07788-8>
- Prajarini, D. (2020). Perancangan Prototype Web Profile Desa Wisata Dan Kerajinan Gamplong Sleman Dengan Metode Desain User Experience. *AKSA: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. <https://doi.org/10.37505/aksa.v2i1.19>
- Rebecca. (2017). *Apa Saja Fungsi Website Yang Sebenarnya?* Progresstech.Co.Id.
- SEO, A. (2014). *Memahami Sektor E-Commerce di Indonesia*. Kompasiana.Com.
- Suyanto, A. H. (2007). *Step By Step Web Design Theory and Practice* (1st ed.). Andi.
- Triana, S. A. (2019). *Perancangan Website Sweda Customring Sebagai Upaya Membangun Brand Image*. Institut Seni Indonesia Yosyakarta.
- Waryanto. (2018). *Pengertian Website Lengkap dengan Jenis dan Manfaatnya*. ..Niagahoster.Co.Id.