

Bab II

Tinjauan Umum

2.1 Tinjauan Pustaka

Jurnal “USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE UNTUK MENGELOLA KEPUASAN PELANGGAN” Ngurah Ranga Wiwesa, 2021. Peneliti ini menunjukkan bahwa antarmuka antarmuka dan antarmuka pengguna (UI) dan UX memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Keduanya menjadi satu dan tidak dapat dipisahkan. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan menggunakan observasi. UX dan UI yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap retensi pengguna dan loyalitas terhadap brand. Proses ini juga menuntut kolaborasi lintas divisi, seperti desain, riset, marketing, hingga engineering, agar menghasilkan produk yang efektif dan efisien. Desain komunikasi visual yang minimalis dan sesuai konteks pengguna menjadi elemen kunci keberhasilan UX, sedangkan UI harus memenuhi prinsip-prinsip seperti kejelasan, efisiensi, dan konsistensi untuk mendukung interaksi yang nyaman dan menyenangkan. Secara keseluruhan, jurnal ini menyimpulkan bahwa investasi pada UX dan UI bukan hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga menjadi Selain itu jurnal “PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI PEMESANAN BUKET MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (STUDI KASUS: BOUQUET LAMPUNG)” oleh Ardia Gita Pramesti, Qadhli Jafar Adrian, Yusra Fernando (2022). Menunjukan bahwa Untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang merek Bouquet Lampung dan meningkatkan kesadaran publik tentang perusahaan, desain tampilan website dirancang secara sederhana dan mudah dipahami.

Dalam jurnal “UI/UX Design Impact on E-Commerce: Attracting Users and Enhancing Satisfaction” yang ditulis oleh Tsabbita Isnina Hasan, Christine Irene Silalahi, Reinert Yosua Rumagit, Galih Dea Pratama (2024). Menenunjukan bagaimana desain ui/ux yang efektif dapat menarik pengguna dan meningkatkan

kepuasan mereka dalam platform e-commerce. Fokus utama adalah pada pentingnya mengoptimalkan pengalaman pengguna untuk menjadi lancar dan menyenangkan bagi pengguna. Menurut penelitian ini, desain yang responsif dan mudah digunakan dapat meningkatkan retensi pelanggan dan konversi penjualan.

2.2 Tinjauan Teori

Dalam ranah e-commerce, desain UI/UX memiliki peran yang krusial untuk membangun pengalaman berbelanja online yang efektif, efisien, dan menyenangkan bagi pengguna. User Interface (UI) memiliki tanggung jawab terhadap aspek visual situs, termasuk layout, palet warna, ikonografi, dan tipografi. Semua ini dirancang guna menarik perhatian sekaligus mempermudah navigasi. Sementara itu, User Experience (UX) meliputi semua aspek dari interaksi pengguna dengan situs, termasuk seberapa mudah produk dapat dicari, kecepatan akses, dan kenyamanan saat melakukan transaksi. Garrett (2011) menyatakan bahwa untuk menghasilkan sistem yang bernilai dan intuitif, desain UX yang baik harus mempertimbangkan kebutuhan serta perilaku pengguna. Dalam dunia e-commerce, desain UI/UX yang optimal terbukti dapat meningkatkan kepuasan pengguna, mengurangi bounce rate, dan meningkatkan tingkat konversi penjualan (Krug, 2014).

2.3 Teori Utama

2.3.1.1 User Interface (UI) Dalam Website

User Interface adalah input dan output yang langsung melibatkan sistem pengguna akhir sedangkan user experience adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa (Widyasari & Yustiawan, 2020). User interface adalah bagaimana aplikasi dan pengguna berinteraksi menggunakan media visual pada perangkat seperti komputer, tablet, smartphone, dan lainnya. User interface dirancang untuk membuat aplikasi mudah digunakan oleh pengguna dan dapat dibaca oleh sistem untuk memberikan perintah yang tepat (Hasian & Segara, n.d.).

2.3.1.2 User Experience (UX) Dalam Website

Pengalaman pelanggan (UX) adalah proses seluruh pengalaman pengguna dengan produk atau jasa serta tanggapan mereka terhadapnya (Derome, J., 2022). Memiliki kemampuan produk atau jasa untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas mereka; memiliki kesesuaian antara fitur produk dengan kebutuhan pengguna; dan kemudahan penggunaan, terutama saat pertama kali digunakan, sehingga meninggalkan kesan yang baik (Guo, 2012). UX mencakup berbagai interaksi luar fisik yang dapat dilakukan pengguna, seperti digital interface, seperti situs web dan aplikasi telepon seluler. Hal-hal juga dapat disentuh (seperti produk nyata dalam kemasan), didengar (seperti iklan atau musik), dan bahkan berbau (Garrett, 2011).

2.3.1.3 Data Wawancara

Tiga kelompok utama pengguna survei secara menyeluruh yaitu pemilik perusahaan, user, dan individu ahli dalam bidang User Interface (UI) dan User Experience (UX). Ini dilakukan untuk merancang UI dan UX website Inline Craft untuk produk hard cover packaging. Tujuan wawancara ini adalah untuk menemukan kebutuhan, masalah, dan harapan pengguna terhadap website yang akan dibuat.

2.3.2 Teori Pendukung

2.3.2.1 Website

Sebuah web adalah kumpulan halaman web yang berisi informasi data digital, seperti teks, gambar, animasi, suara, dan video, yang disediakan melalui jalur internet, sehingga setiap orang di seluruh dunia dapat melihat dan mengaksesnya. Halaman web dibuat menggunakan bahasa standar, yaitu HTML. Web browser akan menerjemahkan skrip HTML ini sehingga informasi dapat dilihat oleh semua orang (Roih Abdulloh 2018). Sebuah situs web adalah kumpulan halaman web yang berisi informasi yang dapat diakses oleh orang-orang di seluruh dunia melalui jalur internet. Sebuah website pada dasarnya adalah rangkaian kode yang berisi set perintah yang dapat diterjemahkan oleh sebuah browser (Sarwono 2015:2).

2.3.2.2 User-Centred Design (UCD)

Menurut Bayu Priyatna dalam jurnal “Penerapan Metode User Centered Design Pada Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi I-Star” Metode perancangan berpusat pada pengguna adalah teknik perancangan yang menjadikan pengguna sebagai fokus utama saat membuat tampilan antarmuka. Studi berjudul “Penerapan Metode User Centered Design (UCD) pada Sistem Pemesanan menu Kuliner Nusantara berbasis Mobile Android” berfokus pada rancangan dan penerapan metode User Centered Design (UCD) dalam sistem pemesanan menu kuliner nusantara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat dalam dan luar negeri dengan tujuan membantu sistem penjualan menu makanan olahan nusantara. Hasil menunjukkan bahwa 76,62% pengunjung lokal sangat setuju dengan sistem, dan 12,26% sisanya tidak setuju dengan sistem yang dibuat, 94,44 persen pengunjung luar negeri setuju dengan aplikasi tersebut, dan 5,55 persen sisanya tidak setuju. Hasil uji coba metode alpha testing menunjukkan bahwa sistem aplikasi pemesanan menu kuliner nusantara ramah pengguna. Dalam perancangan ini ada beberapa tahapan dari metode UCD (*User-Centred Design*) yang dikembangkan oleh Donald Norman dalam bukunya yang berjudul *The Design of Everyday Things* (1988) dan Jakob Nielsen dalam buku yang berjudul *Usability Engineering* (1993), tahapan yang pertama adalah pemahaman konteks pengguna (*Understand the Context of Use*) Dimana tujuan dari tahapan pertama ini adalah bagaimana memahami siapa penggunanya, dan apa yang mereka butuhkan, dalam konteks apa mereka menggunakan atau membutuhkan sebuah website, dengan cara melakukan riset pengguna seperti wawancara, kedua adalah spesifikasi kebutuhan pengguna (*Specify User Requirements*) diharapkan dapat mendefinisikan kebutuhan dan ekspektasi pengguna berdasarkan hasil riset yang sudah didapat dari hasil wawancara atau tahapan pertama dengan cara merumuskan kebutuhan fungsional dan non-fungsional, goal pengguna dan user scenario, tahapan ketiga yaitu pembuatan Solusi desain (*Produce Design Solutions*) dengan tujuan membuat Solusi atau menawarkan Solusi desain berdasarkan kebutuhan yang telah ditentukan, dengan cara membuat wireframe, prototype, desain visual dan high fidelity, yang keempat adalah evaluasi terhadap desain

(*Evaluate the Design*) yaitu menguji desain dengan melibatkan pengguna secara langsung untuk menilai apakah Solusi yang dibuat efektif atau tidak, dengan cara usability testing, yang terakhir adalah Iterasi (*Iterative Process*) yaitu untuk terus menyempurnakan desain berdasarkan feedback dan hasil evaluasi dari tahapan keempat.

2.3.2.3 Navigasi

Menurut Surianto Rustan, navigasi dalam desain adalah prinsip yang berkaitan dengan bagaimana sebuah tata letak memandu mata audiens untuk bergerak melalui elemen-elemen visual terarah dan efektif. Navigasi dirancang agar audiens dapat mengikuti alur visual dengan mudah dan memahami informasi yang disampaikan secara logis dan mudah dipahami. Navigasi desain tidak terbatas pada situs web atau aplikasi digital, itu berlaku juga untuk desain cetak seperti poster, brosur, atau majalah. Tujuannya adalah membuat aliran visual yang logis bagi audiens sehingga para audiens tahu di mana harus memulai, bergerak, dan berhenti.

1. Alur Visual (Visual Flow)

Navigasi harus membantu audiens memahami urutan apa yang mereka baca atau lihat, mulai dari yang paling penting hingga yang mendukung. Tata letak, hierarki visual, dan elemen pengarah seperti garis atau panah dapat menentukan jalur ini.

2. Hierarki Visual

Navigasi yang baik bergantung pada penempatan elemen dalam hierarki yang jelas, dengan elemen utama, seperti judul atau gambar, lebih menonjol dari elemen lainnya, sehingga audiens lebih mudah menemukan fokus utama desain.

3. Fokus dan Penekanan

Untuk membantu audiens memahami fungsi atau arah tertentu, seperti tombol “klik” pada desain web atau elemen penting dalam poster, elemen navigasi sering dibuat menonjol.

4. Kontras dan Spasi

Navigasi yang efektif menggunakan kontras warna, ukuran, dan jenis huruf untuk membedakan komponennya satu sama lain. Penting menciptakan area yang “bernafas” menggunakan spasi sehingga informasi mudah diakses.

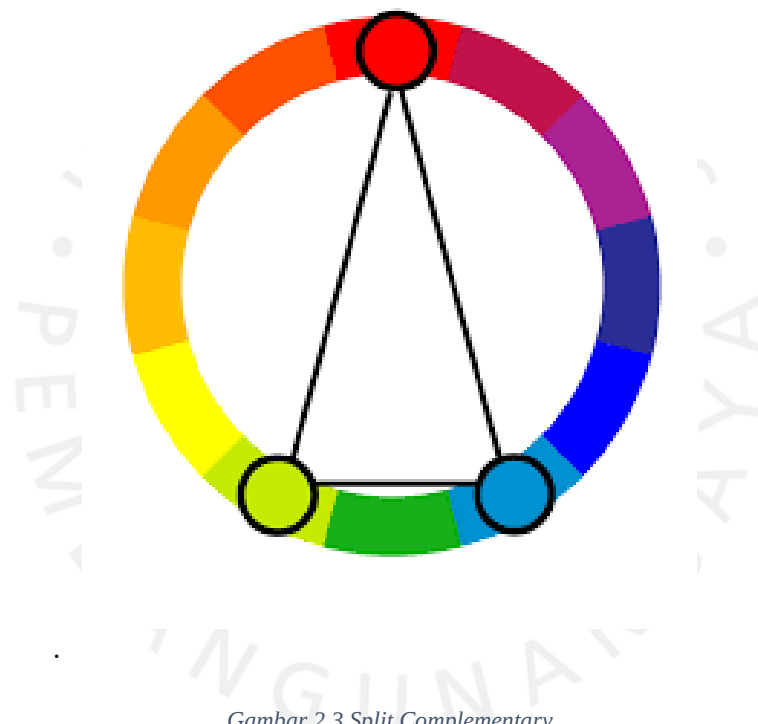
2.3.2.4 Warna

Warna adalah komponen yang tidak dapat dihilangkan dari kehidupan sehari-hari dan kemajuan teknologi, serta komponen aditif (additive), sebagai spektrum cahaya, dan subtraktif (subtractive), sebagai pigmen bahan, atau sebagai warna yang ada pada material. Berbagai disiplin ilmu tentang warna telah muncul sebagai hasil dari perkembangan ini, termasuk seni, filsafat, keagamaan, kepribadian, semiotika, hermeneutika (Paksi), dan penafsiran, semuanya berdasarkan psikologi warna. Perkembangan seni visual menggunakan elemen seni rupa seperti garis, bentuk, tonalitas, pola, dan tekstur. Namun, warna dalam film adalah bagian dari mise en scene atau pencahayaan, tempat, gerak, dan ekspresi karakter, serta kostum dan make up.

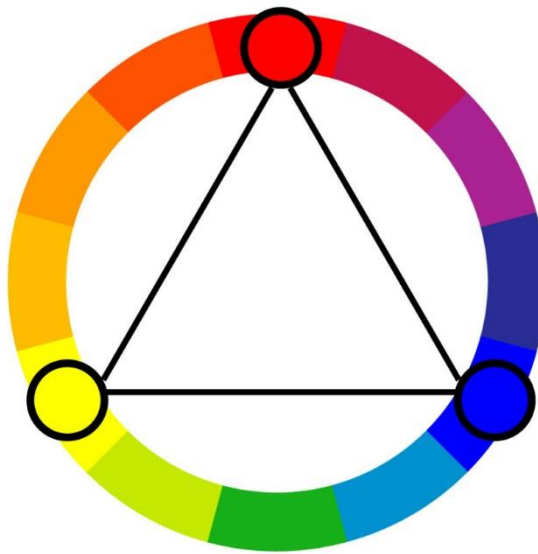
Warna sangat penting untuk desain UI dan UX karena mereka dapat memengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan pengguna. Warna tidak hanya mempercantik tampilan tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang memandu pengguna dan menyampaikan pesan. Pilihan warna yang tepat dapat membuat antarmuka lebih ramah pengguna, menegaskan hierarki informasi, dan memberikan identitas visual yang kuat bagi produk digital. Dalam bukunya Rustan menjelaskan prinsip-prinsip penggunaan warna, seperti harmoni, kontras, dan keseimbangan, yang membantu membuat pengalaman visual yang efektif dan menyenangkan. Untuk memastikan bahwa warna yang dipilih sesuai dengan konteks budaya dan tujuan desain, diperlukan pemahaman psikologi warna.

1. Psikologi Warna

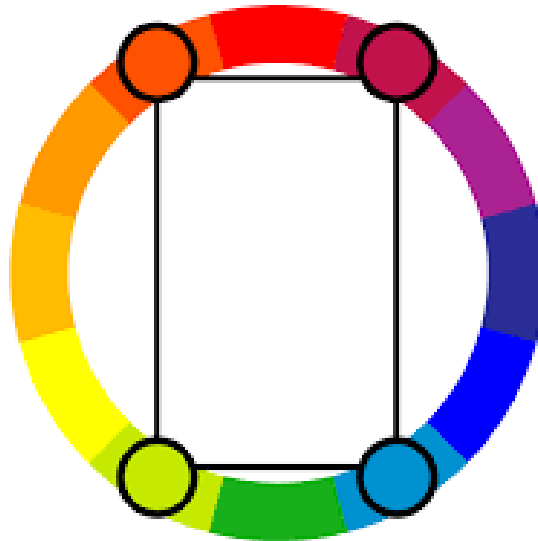
Psikologi warna sangat penting untuk desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) website. Pilihan kombinasi warna yang tepat dapat memengaruhi persepsi dan perasaan pengguna, sehingga meningkatkan kenyamanan dan interaksi mereka dengan situs web. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam Jurnal Andharupa, kombinasi warna seperti split complementary, triadic, dan tetradic dapat memberi pengguna kesan seperti kekuatan, ketenangan, atau keceriaan.



Gambar 2.3 Split Complementary



Gambar 2.4 Triadic



Gambar 2.5 Tetradic

2. Harmoni Warna

Surianto Rustan mengatakan harmoni warna adalah keseimbangan atau keserasian warna dalam karya desain. Harmoni warna menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan dengan baik. Dalam bukunya,

Rustan menjelaskan bahwa roda warna dapat digunakan untuk mencapai harmoni warna. Warna-warna yang memiliki hubungan tertentu, seperti komplementer, analog, triadik, atau tetradik, biasanya termasuk dalam kombinasi warna yang harmonis. Menurut Rustan, harmoni warna adalah lebih dari sekadar memilih warna yang "indah" secara pribadi; itu juga perlu mempertimbangkan konteks, tema, dan tujuan desain. Pilihan warna yang baik harus didasarkan pada pemahaman Anda tentang psikologi warna, kesan yang ingin ditimbulkan, dan bagaimana audiens akan melihatnya.

3. Kontras Warna

Menurut Surianto Rustan, adalah perbedaan mencolok antara dua atau lebih warna yang digunakan dalam desain untuk meningkatkan daya tarik visual, mempertegas elemen tertentu, dan meningkatkan keterbacaan atau kejelasan informasi. Kontras berguna untuk menarik perhatian dan mengarahkan pengunjung melalui hierarki visual desain, membedakan elemen utama dari elemen pendukung. Menjaga keseimbangan merupakan sesuatu yang penting agar kontras tidak berlebihan, karena dapat membuat desain terlihat tidak harmonis. Menurut Rustan, berbagai aspek warna dapat menyebabkan kontras, seperti:

a) Kontras Hue

Menggunakan roda warna dengan warna yang berbeda secara signifikan, seperti kuning dan ungu atau merah dan hijau, kontras ini akan menonjolkan perbedaan warna berdasarkan posisi mereka di roda warna.

b) Kontras Saturasi

Menggunakan warna yang cerah dan kuat daripada warna yang pucat atau lembut, saturasi yang berbeda memberikan efek yang berbeda pada kedalaman dan perbedaan fokus dalam gambar.

c) Kontras Value

Menggabungkan warna terang dengan warna gelap, seperti hitam dan putih, dapat sangat meningkatkan keterbacaan teks dan elemen penting lainnya.

4. Keseimbangan

Prinsip dasar desain yang dikenal sebagai keseimbangan memastikan bahwa elemen visual dalam sebuah karya disusun secara harmonis sehingga tampak proporsional dan nyaman dipandang. Keseimbangan tidak hanya mencakup distribusi berat visual, tetapi juga membantu audiens merasa karya itu "tepat" dan tidak berat di satu sisi. Beberapa Jenis Keseimbangan menurut Surianto Rustan:

a) Keseimbangan Simetris (Symmetrical Balance):

- Disebut sebagai keseimbangan formal.
- Elemen pada kedua sumbu vertikal dan horizontal mempunyai bobot visual yang sama.
- Memberikan kesan stabil, formal, dan klasik.

b) Keseimbangan Asimetris (Asymmetrical Balance):

- Sebaliknya dari simetris yaitu keseimbangan tidak formal.
- Elemen cenderung tidak identik, namun memiliki berat visual yang sama.
- Memberikan kesan lebih bebas.

c) Keseimbangan Radial (Radial Balance):

- Element tersebar secara merata disekitar titik pusat.
- Memberikan kesan fokus, biasanya digunakan dalam desain logo atau mandala.

d) Keseimbangan Visual (Visual Balance)

- Menggabungkan elemen berdasarkan posisi, ukuran, warna, atau tekstur untuk menciptakan keselarasan visual.
- Element kecil atau netral biasanya memiliki berat visual yang lebih rendah daripada elemen yang lebih besar, lebih cerah, atau lebih kompleks

Pada jurnal “PENERAPAN PSIKOLOGI WARNA PADA DESAIN USER INTERFACE” oleh Lisa Mega Tanto Kusumo (2023). Disebutkan bahwa karena psikologis warna memengaruhi cara pengguna melihat website dan aplikasi secara keseluruhan, penggunaan psikologis warna harus diperhatikan dalam setiap aspek desain UI yang dirancang dengan baik, termasuk tema warna, simbol, warna tulisan, dan elemen lainnya. Dengan mempertimbangkan psikologi pengguna, penggunaan warna menjadi penting seperti:

- Membuat Hierarki Visual

Warna dapat digunakan untuk membuat hierarki visual yang membantu pengguna menemukan bagian halaman yang paling penting. Ini dapat membantu memastikan bahwa pengguna dapat menemukan apa yang mereka cari dengan cepat dan mudah. Pengguna akan lebih fokus pada warna yang lebih kontras secara mental.

- Penyampaian Makna

Warna dapat digunakan untuk menyampaikan makna sehingga orang dapat memahami pesan tanpa membaca deskripsinya. Menggunakan warna merah untuk pesan kesalahan dan hijau untuk pesan sukses adalah salah satu penerapan yang sering digunakan. Ini membantu pengguna memahami status data dan melakukan tindakan yang tepat.

- Membangun Suasana Pengguna Sesuai Tujuan Aplikasi/Website

Ketiga, Anda dapat menggunakan warna untuk mengubah suasana. Misalnya, gunakan warna yang sejuk, seperti biru dan hijau, untuk membuat lingkungan yang tenang dan menyejukkan, atau gunakan warna yang hangat, seperti merah dan jingga, untuk membuat lingkungan yang hidup dan energik. Ini dapat membangun hubungan emosional dan membuat situs web atau aplikasi lebih menarik bagi pengguna.

- *Branding Purpose*

Selain dapat meningkatkan branding suatu perusahaan, penggunaan warna dapat membantu menciptakan tampilan dan nuansa yang konsisten di situs web dan memperkuat identitas visual.

Adapun beberapa warna yang sering digunakan dan memiliki arti sendiri dalam psikologi warna sebagai berikut:

- **Biru**
Warna biru menciptakan rasa kepercayaan dan kehandalan. Biru juga sering diasosiasikan dengan kepercayaan, keamanan, dan ketergantungan, sehingga menjadi pilihan umum untuk situs atau website keuangan atau perbankan yang menangani hal sensitif.
- **Merah**
Warna merah untuk menunjukkan rasa urgensi atau kesalahan. Merah seringkali dikaitkan dengan bahaya, peringatan, dan kewaspadaan, jadi ini adalah pilihan umum untuk tombol ajakan bertindak, pesan kesalahan, dan pemberitahuan penting lainnya.
- **Hijau**
Menggunakan warna dapat menciptakan rasa tumbuh, alami, dan emosi positif. Ini seringkali digunakan dalam e-commerce dan situs lain yang ingin menyampaikan rasa ramah lingkungan dan hidup yang sehat.
- **Kuning**
Kuning dapat digunakan untuk menciptakan rasa optimisme, keramahan dan kehangatan. Ini adalah pilihan yang bagus untuk situs yang ingin menciptakan perasaan ceria seperti situs untuk anak-anak atau situs yang berfokus pada pertumbuhan pribadi dan peningkatan diri.
- **Hitam**
Yang terakhir ini adalah untuk menciptakan kesan elegan dan mewah. Biasanya warna ini digunakan untuk situs fashion kelas atas dan barang mewah.

2.3.2.5 Tipografi

Tipografi adalah seni, ilmu, dan teknik menyusun huruf dan teks agar dapat dibaca dengan jelas dan memiliki nilai estetika. Secara umum tipografi juga dapat dianggap sebagai bidang yang mempelajari cara memilih dan menata huruf serta bagaimana teks atau huruf didistribusikan pada media atau ruang yang tersedia sehingga menyampaikan makna teks dan membuat pembaca merasa nyaman saat membacanya. Tipografi adalah komponen desain yang memiliki dua peran: sebagai “tulisan” yang dapat dibaca dan sebagai “gambar”. Karya tipografi dapat meningkatkan banyak hal. (Cullen, 2012) menyatakan Tipografi biasanya dianggap sebagai sebuah seni mekanistik untuk membuat huruf visual. Karena tipografi penuh dengan istilah-istilah cetak yang membangun disiplin ilmu tipografi itu sendiri, pandangan umum ini sering diterima. Selain itu, dikatakan bahwa tipografi tidak dapat dilepaskan dari medium yang memproduksi dan menampilkan huruf (Harkins, 2010).

Dalam jurnal “PENGARUH WARNA, TIPOGRAFI, DAN LAYOUT PADA DESAIN SITUS” oleh monica (2010). Dalam tipografi modern, ada dua jenis huruf: Serif (huruf dengan kait) dan Sans Serif (huruf tanpa kait),



Gambar 2.6 Jenis Huruf Dalam Tipografi Modern

Jenis huruf *Sans Serif* memiliki garis tebal yang konsisten dari pada *Serif*, penggunaan jenis huruf *Serif* biasanya dipakai untuk judul, sub judul. Maka dari itu penggunaan huruf *Sans Serif* umumnya digunakan untuk pada desain situs, tetapi tetap diperhatikan tebal garis dari huruf tersebut agar memiliki readibilitas. Tidak seperti aturan untuk media cetak, ukuran huruf sebuah teks juga memengaruhi keterbacaan. Penggunaan ukuran huruf yang tidak terlalu kecil sangat disarankan, karena cahaya komputer membuat mata pembaca atau pengguna situs cepat lelah. Judul biasanya bernilai 10-18 poin, dan sub-judul bernilai antara 12-14 poin.



Roboto

FONTS

Roboto Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlM

Roboto Thin | 1040 Glyphs

Roboto Thin Italic AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Roboto Thin Italic | 1040 Glyphs

Roboto Light AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlM

Roboto Light | 1043 Glyphs

Roboto Light Italic AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkL

Roboto Light Italic | 1043 Glyphs

Roboto AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn

Roboto Regular | 1038 Glyphs

Roboto Italic AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm

Roboto Italic | 1043 Glyphs

Roboto Medium AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Roboto Medium | 1038 Glyphs

Roboto Medium Italic AaBbCcDdEeFfGgHhIiJ

Roboto Medium Italic | 1043 Glyphs

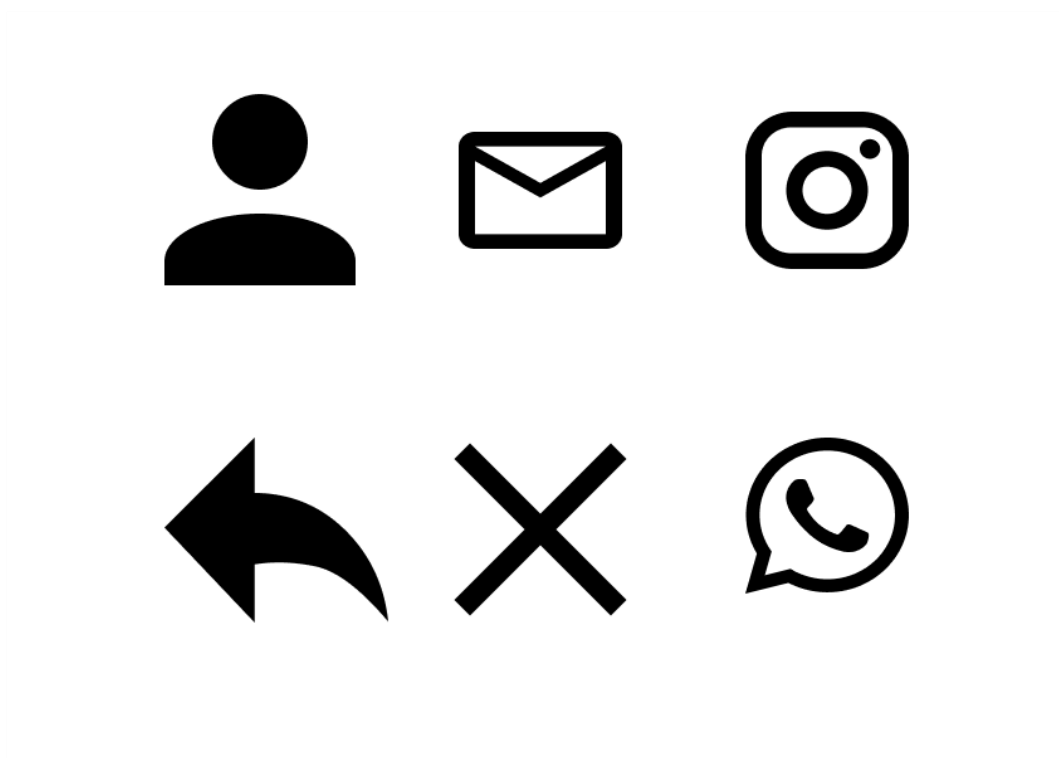
Roboto Bold AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl

Roboto Bold | 1038 Glyphs

Roboto adalah jenis huruf (font) sans-serif yang dikembangkan oleh google pada tahun 2011, khusus untuk sistem operasi Android 4.0, yang dirancang oleh Christian Robertson, font ini diciptakan karena mendukung tampilan antarmuka (UI) yang bersih, modern, dan responsif. Roboto sendiri desain yang mekanis dan geometris, tetapi tetap mempertahankan alur alami pada huruf-hurufnya agar tetap nyaman ketika dibaca seperti spacing dan kerning yang proporsional, gaya huruf buka dan lebar serta tersedia berbagai gaya. Roboto juga memiliki konsistensi dalam UI/UX serta fleksibilitas dalam desain modern membuat font ini cocok untuk teks yang panjang, heading, maupun tombol.

2.3.2.6 Ikon

Ikon didefinisikan oleh Surianto Rustan, seorang ahli desain grafis dan komunikasi visual, sebagai elemen visual yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan dengan cara yang singkat, padat, dan mudah dipahami. Ikon sering digunakan dalam berbagai situasi, seperti aplikasi, situs web, tanda, dan sistem navigasi, untuk memberi pengguna kemampuan untuk segera memahami fungsi atau tujuan tertentu tanpa memberikan penjelasan verbal. Antarmuka pengguna (UI) sangat penting untuk membentuk pengalaman pengguna, dan dalam dunia digital yang serba cepat saat ini, pengguna mengharapkan antarmuka pengguna yang mudah dinavigasi, menarik, dan menawarkan informasi yang jelas. Karena itu, penggunaan ikon dan grafis sangat penting untuk mengoptimalkan UI. Adapun beberapa alasan ikon menjadi penting dalam perancangan website yaitu karena mereka bersifat universal, melampaui hambatan bahasa dan budaya, sehingga memungkinkan pengguna memahami fungsi dan fitur antarmuka secara intuitif. Kedua, ikon dan grafis dapat memberikan petunjuk visual, menyoroti tindakan atau informasi penting, dan membantu pengguna menavigasi antarmuka dengan mudah. Ketiga, penggunaan ikon dan grafis dapat juga meningkatkan daya tarik visual UI, ikon juga dapat menghemat ruang layar yang berharga, menyampaikan informasi kompleks dalam format yang ringkas dan mudah dipahami oleh pengguna.



Gambar 2.7 ikon

2.3.2.7 Tata letak

Tata letak elemen desain di bidang tertentu dalam media tertentu untuk mendukung ide atau pesan yang dibawanya dikenal sebagai layout. Dalam kasus ini, media komputer adalah media yang akan dibahas. Komponen seperti titik, garis, bidang, warna, tipografi, dan tekstur adalah bagian umum dari desain media cetak. Tujuan dari berbagai elemen yang ada dalam layout adalah untuk memastikan bahwa informasi disampaikan dengan lengkap dan tepat, dan agar pengunjung situs dapat dengan mudah membaca dan mencari informasi. Layout situs yang baik juga harus mempertimbangkan kemudahan navigasi dan keindahan setiap halaman. Tata letak, menurut Surianto Rustan, adalah pengaturan elemen visual dalam ruang atau bidang tertentu sehingga menciptakan kesan estetis, nyaman, dan fungsional. Tata letak termasuk penempatan teks, gambar, warna, dan elemen lainnya yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara efektif. Rustan menekankan dalam bukunya bahwa tata letak tidak hanya masalah estetika tetapi juga fungsi

komunikasi visual, di mana desain harus menarik perhatian dan membuat audiens lebih mudah memahami apa yang disampaikan. Tata letak yang baik didasarkan pada prinsip-prinsip seperti proporsi, ritme, harmoni, kontras, dan keseimbangan. (Rustan, Layout Dasar dan Penerapannya, 2008). Beberapa komponen tata letak adalah sebagai berikut:

1. Komposisi

Komposisi adalah pengaturan elemen visual di dalam sebuah ruang atau area agar tercipta keselarasan, keseimbangan, dan daya tarik estetis. Komposisi sangat penting untuk membuat desain yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mudah dipahami dan berfungsi.

2. Skala dan Proporsi

Salah satu prinsip penting dalam desain yang berkaitan dengan hubungan antara elemen dan ukurannya dalam sebuah karya. Kedua konsep ini membantu menciptakan harmoni, keseimbangan, dan daya tarik visual serta membantu audiens memahami hierarki elemen dalam desain.

- a) Skala

Ukuran suatu komponen dibandingkan dengan komponen lainnya atau dengan desain secara keseluruhan disebut sebagai skala. Rustan (2008) menekankan bahwa skala digunakan untuk menciptakan hierarki visual dan memberikan penekanan (emphasis) pada elemen tertentu. Elemen yang lebih kecil biasanya berfungsi sebagai pendukung atau pelengkap, sedangkan yang lebih besar cenderung menarik perhatian.

- b) Proporsi

Proporsi adalah hubungan ukuran antara komponen desain. Menurut Rustan, proporsi yang baik menciptakan harmoni visual, di mana semua elemen terlihat seimbang dan selaras. Untuk mencapai estetika yang ideal, proporsi sering didasarkan pada aturan tertentu, seperti golden ratio atau ruled of three.

3. Bentuk dan Ruang

Menurut Surianto Rustan, bentuk dan ruang adalah elemen penting dalam desain yang saling berkaitan dan berperan penting dalam menciptakan estetika, harmoni, dan komunikasi visual yang efektif. Pemahaman tentang bentuk dan ruang memungkinkan desainer untuk menyusun elemen visual dengan cara yang menarik dan bermakna.

a) Bentuk (Shape/Form)

Menurut konteks dan kebutuhan desain, bentuk adalah elemen visual yang dibuat dari garis yang tertutup atau dari kombinasi elemen visual seperti warna, tekstur, dan nilai gelap-terang. Bentuk dapat berupa dua dimensi (2D) atau tiga dimensi (3D).

b) Ruang (Space)

Ruang adalah area di dalam atau di sekitar elemen desain yang menghubungkan mereka satu sama lain. Ruang terbagi menjadi ruang positif, yang terdiri dari elemen visual, dan ruang negatif, yang terdiri dari ruang kosong atau latar belakang. Rustan menekankan bahwa penggunaan ruang yang efektif sangat penting untuk membuat komposisi yang harmonis dan mudah dipahami.

4. Harmoni dan Keselarasan

Prinsip desain yang terkait, harmoni dan keselarasan, menurut Surianto Rustan, berperan penting dalam menciptakan tata letak yang estetik, terstruktur, dan efektif. Keduanya berkaitan dengan bagaimana elemen-elemen desain berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan kesan yang menyatu dan seimbang.

5. Fokus dan Penekanan

Prinsip desain yang penting, menurut Surianto Rustan, adalah fokus dan penekanan. Kedua konsep ini terikat erat dengan cara elemen desain disusun untuk menarik perhatian dan memberikan makna yang utama.

a) Fokus (Emphasis)

Fokus dalam desain berarti menempatkan elemen yang lebih menonjol untuk menarik perhatian audiens. Ini membantu audiens

memahami elemen mana yang paling penting dalam karya sehingga mereka dengan mudah membaca dan memahami pesannya.

b) Penekanan (Accentuation)

Rustan menjelaskan bahwa penekanan tidak hanya melibatkan elemen yang lebih besar, tetapi juga elemen yang menggunakan kontras, tekstur, atau warna untuk memperkuat perhatian, sehingga menciptakan kontras yang jelas dan menonjol.

2.3.2.8 Analisa Data

Fokus utama dalam desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) website Inline Craft adalah membuat website sebagai media promosi dan *branding* dari Inline craft untuk memperoleh kepercayaan lebih dari calon kustomer, serta untuk membuat kredibilitas dari perusahaan ini dan membantu dalam proses pemesanan yang jauh lebih mudah, dengan metode pendekatan menggunakan UCD (*User-Centred Design*) dengan alasan agar langsung mengetahui apa yang diinginkan oleh calon kustomer, dengan memperoleh data melalui wawancara