

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Aplikasi

Aplikasi atau sering juga disingkat dengan istilah *Apps* adalah aplikasi dari sebuah perangkat lunak yang dalam pengoperasiannya dapat berjalan di perangkat seperti *Smartphone*, Tablet, iPod dan memiliki sistem operasi yang mendukung perangkat lunak secara *standalone*. Platform pendistribusian aplikasi yang tersedia, biasanya dikelola oleh pemilik dari operasi sistem, seperti *store* (Apple *App*), *store* (Google Play), dan *Store* (Windows *Phone*). Dengan demikian, Aplikasi dapat membantu pengguna untuk lebih mudah mengakses layanan internet menggunakan perangkat mereka (Wang, 2013).

Secara sederhana aplikasi adalah suatu sub-kelas perangkat lunak komputer yang memanfaatkan kemampuan atau sistem kerja komputer secara langsung untuk melakukan suatu tugas atau perintah yang diinginkan oleh penggunanya (Nurul Fitria Insani, Perancangan Aplikasi Mobile Pencarian Hotel Bandung, 2016). Kehadiran berbagai macam aplikasi dapat memberi banyak kemudahan untuk penggunanya. Sejumlah perusahaan pun mulai menggunakan aplikasi untuk mengembangkan bisnisnya. Tidak hanya berguna sebagai media pemasaran yang baik, berbagai macam aplikasi juga sangat berguna dalam memberikan layanan sehingga dapat meningkatkan *user experience* dan ketertarikan dengan pelanggan.

Kesesuaian terhadap kebutuhan dan penggunaan aplikasi berdasarkan klasifikasi pemrograman ini juga dibagi berdasarkan jenis dari aplikasi itu sendiri, masing-masing jenis memiliki karakteristik dan keterbatasan yang berbeda terutama dalam sudut pandang teknologi (Javier Culleo, Design Mobile Apps, 2013), dan berikut jenis-jenis aplikasi dan penjelasannya masing-masing:

1. Native Application

Native application adalah aplikasi yang dibangun secara spesifik untuk sistem operasi tertentu. Jika aplikasi ini dibangun untuk sistem operasi iOS, maka aplikasi tersebut tidak akan dapat berjalan pada sistem operasi yang lain. Keuntungan utama dari jenis aplikasi ini

adalah performanya yang tinggi serta memiliki *user experience* yang baik karena developer mengembangkan aplikasi ini menggunakan UI dari perangkat *native*. Secara keseluruhan, aplikasi ini menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik karena dapat bekerja dengan cepat, *responsive*, serta didistribusikan melalui *app store*. Salah satu karakteristik dari aplikasi *native* ini pada umumnya adalah tidak perlu menggunakan koneksi internet untuk bekerja, aplikasi ini menawarkan pengalaman penggunaan yang lebih lancar dan terinteraksi langsung pada telepon.

2. *Web Application*

Pemrograman aplikasi *web* berbasis pada HTML, JavaScript, dan CSS yang merupakan *tools* umum yang akrab bagi pemrogram *web*. Pada aplikasi jenis ini, SDKS tidak lagi diperlukan, sehingga memungkinkan aplikasi dengan jenis ini dapat dijalankan secara independen tanpa perlu terkait dengan sistem operasi seperti yang sudah dijelaskan di atas. Inilah sebabnya mengapa aplikasi ini dapat digunakan dengan mudah di platform yang berbeda, tanpa terganggu oleh kebutuhan akan pengembangan untuk setiap kasus tertentu. Ciri umum dari aplikasi jenis ini adalah tidak perlunya pengguna untuk memasang aplikasi pada ponsel mereka, karena aplikasi ini dapat dikenali atau dijalankan dengan mudah menggunakan platform browser ponsel seolah-olah aplikasi ini adalah situs *web* normal.

3. *Hybrid Application*

Aplikasi *hybrid* dapat dikatakan seperti kombinasi dari dua macam aplikasi, yaitu *native* dan *web*. Aplikasi *hybrid* memiliki dua bagian utama. Bagian pertama adalah kode *back-end*, dan yang kedua adalah *native shell* yang dapat diunduh dan memuat kode menggunakan tampilan *web*. Aplikasi *hybrid* dinilai lebih mudah dan cepat untuk dikembangkan dibanding dengan *native app*. Namun kecepatan aplikasi *hybrid* bekerja lebih lambat daripada aplikasi *native* karena bergantung pada kecepatan *browser user*.

2.2 E-commerce

E-commerce (Elektronik *Commerce*) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Secara sederhana *e-commerce* adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. *e-commerce* sendiri makin kian berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara perlahan menggantikan toko tradisional (*Offline*). Beberapa Ahli juga telah menjelaskan pengertian *e-commerce* yaitu sebagai berikut:

1. Kalakota dan Wnston (1997)

Menurut mereka Pengertian *E-commerce* adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet dan cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.

2. Loudon (2003)

Menurut Loudon pengertian *E-Commerce* adalah suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pembeli dan penjual secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain. Dalam transaksi tersebut menggunakan komputer sebagai perantaranya.

3. Shely Cashman (2007)

Menurut Shely Cashman *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet.

4. Jony Wong (2010)

Menurut Jony Wong pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang / jasa melalui sistem elektronik.

5. McLeod Pearson (2008)

Menurut McLeod Pearson Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah pelaksanaan proses bisnis dengan memanfaatkan jaringan komunikasi dan komputer.

E-commerce juga memiliki banyak jenis tergantung dari kebutuhan dan keinginan dari seorang yang ingin membuat atau melakukan transaksi, berikut jenis-jenis *e-commerce* yang sering dilakukan oleh orang banyak:

1.2.1 Business to Business (B2B)

Merupakan sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis yang mengikatkan dirinya di dalam suatu kegiatan untuk melakukan suatu usaha dengan pihak pebisnis lainnya.

Adapun karakteristik dari *Business to Business* ini adalah :

1. *Trading partner* yang sudah saling mengetahui diantara mereka terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya terjadi diantara mereka dan karena mereka telah saling mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan.
2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Sehingga servis yang dilakukan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirim data.
4. Model yang umum digunakan adalah model *peer to peer*, *processing intelligent* dapat di distribusikan di kedua pelaku bisnis.

1.2.2 Consumer to consumer (C2C)

Transaksi bisnis pada *consumer to consumer* dilakukan antar konsumen secara *online* untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan terjadi pada saat tertentu. Model transaksi ini lebih khusus karena transaksi ini dilakukan antar konsumen dengan bertukar informasi atas suatu barang dan jasa. Informasi ini dapat tersebar luas melalui komunitas-komunitas

tertentu. Contohnya yaitu seseorang menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya lalu mengiklankannya di internet secara pribadi.

Dalam informasi bisnis yang berlangsung di dalam *e-commerce* seharusnya menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan dapat mudah diakses, misalnya:

1. Identifikasi dari bisnis tersebut
2. Komunikasi yang efektif, tepat waktu, mudah dan efektif antara konsumen dan pengusaha
3. Penyelesaian masalah yang tepat dan efektif
4. Proses pelayanan hukum yang baik
5. Domisili hukum pengusaha yang jelas.

1.2.3 Business to consumer (B2C)

Berbeda dengan *bussines to bussines*, banyak cara digunakan untuk melakukan pendekatan dengan pihak konsumen, antara lain dengan mekanisme toko *online electronic shopping*. Toko *online* memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayannya. Para penjual menyediakan berisikan katalog produk dan pelayanan yang diberikan. Para pembeli bisa melihat-lihat barang apa saja yang akan dibeli dan pembeli dapat melakukan kapan saja tanpa dibatasi jam buka.

Adapun karakteristiknya yaitu:

1. Terbuka untuk umum, informasi disebarkan secara umum
2. Servis yang digunakan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya dapat digunakan orang banyak.
3. Servis yang diberikan adalah berdasarkan permintaan, konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respons atau tanggapan terhadap konsumen tersebut.

4. Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*, konsumen dipihak *client* menggunakan sistem yang minimal dan penyedia barang atau jasa berada pada pihak server.

Pihak-pihak dalam *e-commerce contract* ini adalah *e-merchant* yang menawarkan suatu produk atau jasa kepada pihak *e-commerce* yang menggunakan atau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. *E-commerce* merupakan tempat berlangsungnya komunikasi dan sekaligus sebagai tempat berlangsungnya penyerahan media tersebut.

Penjualan RND Motosport ini menggunakan jenis *e-commerce B2C* yang pihak produsen akan menjalankan bisnis dengan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya *feedback* dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali. Artinya, produsen hanya memasarkan produk atau jasa, sementara pihak konsumen hanya sebagai pembeli atau pemakai.

2.3 User Interface (UI)

Desain antarmuka pengguna antarmuka pengguna atau *User Interface (UI)* adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan tampilan dari mesin atau komputer yang berinteraksi langsung dengan pengguna, secara tidak langsung dapat dipahami sebagai sampul terluar dari sebuah aplikasi ataupun *web*. Desain dan penyusunan tampilan antarmuka perlu diperhatikan untuk menghasilkan tampilan yang bagus. (Ghiffary, Susanto, Herdiyanti, 2018)

Konsep utama dari desain grafis adalah teks dan gambar serta tata cara pengaturannya pada halaman, layar atau dalam sebuah bidang dan media yang ditujukan sebagai salah satu cara di mana orang dapat berkomunikasi di dunia modern. Elemen desain yang digunakan walaupun beraneka ragam tetapi tetap harus saling melengkapi untuk meningkatkan komunikasi atau kaidah visual secara keseluruhan (Ambrose, 2011)

UI bisa menjadi faktor apakah seseorang tertarik untuk mengunjungi dan *website* atau aplikasi yang diakses. Kalau mereka senang dengan tampilan *interface* aplikasi yang sedang di aksesnya maka kemungkinan besar mereka akan mengunjungi

aplikasi tersebut kembali. Desain *interface* dapat disimpulkan dibuat dengan tujuan seperti sampul agar lebih interaktif, selain itu *user interface* juga digunakan untuk memberi pengguna pengalaman tentang pemahaman yang lebih baik dan penggunaan yang lebih sederhana. Semenjak orang-orang mulai memahami dan mengetahui sistem komputer interaktif, mereka mulai berusaha untuk membuat desain yang baik dengan pedoman desain *user interface*, (Jhonson, 2010)

2.3.1 Tipografi

Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf serta jenisnya dengan pengaturan dan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menghasilkan kesan tertentu, sehingga akan membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, baik dari segi keterbacaan maupun estetika. Tipografi memiliki empat buah prinsip pokok yang sangat mempengaruhi keberhasilan pada suatu desain yaitu, *legibility*, *clarity*, *visibility*, dan *readability* menurut (Sofian, Prinsip-prinsip Desain Tipografi, 2017)

1. **Legibility**, merupakan kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut dapat terbaca. Dalam suatu karya desain, dapat terjadi *cropping*, *overlapping*, dan lain sebagainya, yang dapat menyebabkan berkurangnya keterbacaan daripada suatu huruf. Dengan menghindari ini hal tersebut, harus diperhatikan karakter dari pada bentuk suatu huruf dengan baik. Agar penggunaan huruf yang mempunyai karakter yang sama dalam suatu kata tak terjadi, yang dapat juga menyebabkan kata tersebut tidak terbaca dengan tepat.
2. **Readability**, merupakan penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf lain, sehingga terlihat dengan jelas. Dalam menggabungkan huruf dan huruf baik untuk membentuk kata, kalimat atau tidak harus memperhatikan hubungan antara huruf yang satu dengan yang lain. Khususnya spasi antar huruf jarak antar huruf tersebut tidak

dapat diukur secara matematika, tetapi harus dilihat dan dirasakan. Kurang tepatnya menggunakan spasi dapat mengurangi kemudahan membaca suatu keterangan, sehingga membuat informasinya tidak tersampaikan dengan baik. Kerapatan dan kerenggangan teks dalam suatu desain juga dapat mempengaruhi keseimbangan desain.

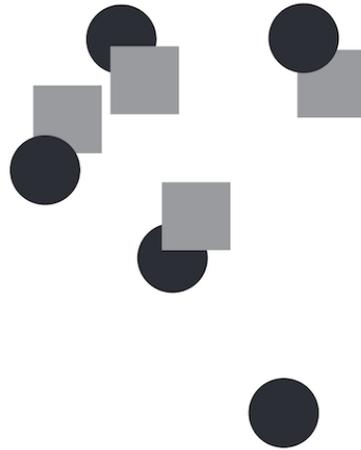
3. **Visibility**, merupakan kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu. Setiap karya desain mempunyai suatu target baca, dan huruf-huruf yang digunakan dalam desain tipografi harus dapat terbaca dalam jarak tersebut sehingga suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan baik.
4. **Clarity**, merupakan kemampuan huruf-huruf yang digunakan dalam suatu karya desain dapat dibaca dan dimengerti oleh target pengamat yang dituju. Untuk suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan pengamatnya, maka informasi yang disampaikan harus dapat dimengerti oleh pengamat yang dituju. Beberapa unsur desain yang dapat mempengaruhi *clarity* adalah visual warna, pemilihan *font*, dan lain-lain.

2.3.2 Gestalt

Teori *Gestalt* berasal dari kata Jerman yang berarti "bentuk" atau "gambar". Teori *Gestalt* adalah salah satu teori psikologi paling terkenal dalam desain grafis. Teori *Gestalt* adalah respons psikologis manusia terhadap hal-hal yang mereka lihat secara visual di sekitar mereka. Teori *Gestalt* menjelaskan bagaimana persepsi visual dibuat. Ini adalah banyak prinsip dari teori *gestalt* (Johnson, *Designing with the Mind in Mind*, 2010). *Gestalt* memiliki beberapa jenis yaitu:

1. *Proximity* (kedekatan)

Sebuah kesatuan atau pengelompokan yang terbentuk karena adanya elemen-elemen yang saling berdekatan. Contohnya adalah Pandangan mata akan cenderung melihat dua kotak yang saling berdekatan sebagai satu kelompok. Kita tidak melihat kotak ke-2 dan ke-3 dari kiri sebagai sepasang karena berjauhan.

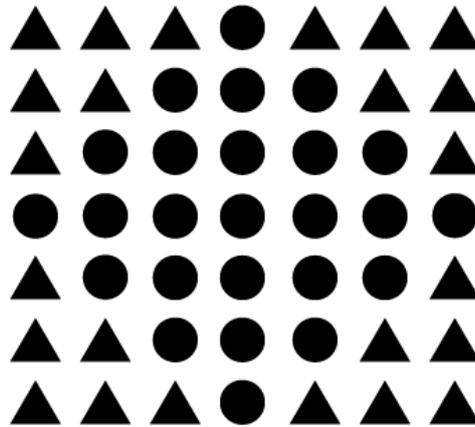


Gambar 2.1 Prinsip Proximity

(<https://wvdsgn.wordpress.com/2018/02/23/teori-gestalt-dalam-desain-grafis/>)

2. *Similarity* (Kemiripan)

Terjadi ketika terdapat kesamaan karakteristik di antara elemen-elemen, sehingga dekat persamaan di antara elemen-elemen tersebut maka semakin kuat terjadinya *similarity*.

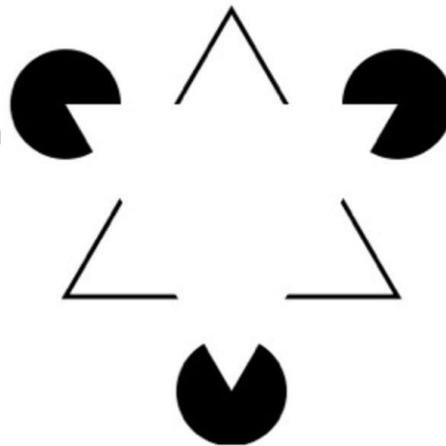


Gambar 2.2 Prinsip Similarity

(<https://medium.com/@arddhanaza99/kenalan-sama-gestalt-kuy-83459fe17d33>)

3. *Closure* (Ketertutupan)

Suatu bentuk yang memperlihatkan unsur-unsur terpisah dan ditempatkan sebagai suatu kesatuan daripada bagian-bagian yang berlainan. Sehingga mata kita akan mengisi elemen-elemen bentuk yang hilang agar objek tersebut dapat teridentifikasi.

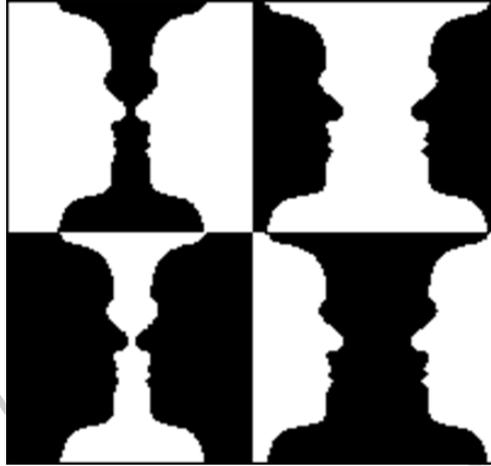


Gambar 2.3 Prinsip Closure

(<https://medium.com/@arddhanaza99/kenalan-sama-gestalt-kuy-83459fe17d33>)

4. *Figure/Ground*

Hubungan antara bidang positif dan bidang negatif yang bagaimana mata kita memisahkan sebuah objek dari latar belakangnya untuk dapat mengidentifikasi objek tersebut.



Gambar 2.4 Prinsip Figure/Ground

(<https://medium.com/@arddhanaza99/kenalan-sama-gestalt-kuy-83459fe17d33>)

5. Continuity (Kesesinambungan)

Terjadi ketika mata dituntun untuk bergerak mengikuti objek ke sebuah arah tertentu atau hingga ke titik akhir dari kelanjutan objek tersebut.



Gambar2.5 Prinsip Continuity

(<https://medium.com/@arddhanaza99/kenalan-sama-gestalt-kuy-83459fe17d33>)

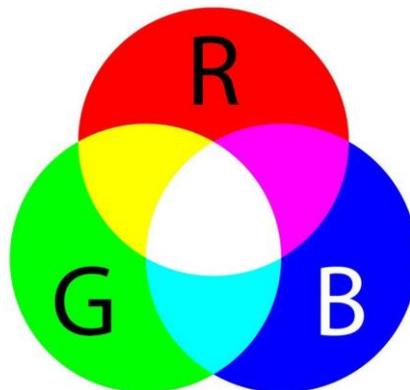
2.3.3 Teori Warna

Warna merupakan salah satu komponen terpenting dalam sebuah desain aplikasi, pengaplikasian dan penggunaan warna itu sendiri terdiri dari *header*, teks, tombol, latar belakang dan elemen lainnya yang membentuk desain *User Interface*. Selain sebagai elemen estetika, dalam beberapa contoh kasus, warna kerap kali juga dikaitkan dengan identitas, citra, maupun ciri khas dari aplikasi yang akan dibuat (Cao Z. S., 2015).

Menurut (Galitz, 2007) warna pada layar mempunyai 3 komponen yaitu:

1. RGB

Banyak monitor warna menggunakan tiga warna utama cahaya, dalam berbagai kombinasi, untuk menciptakan banyak warna yang kita lihat di layar. Dengan menyesuaikan jumlah cahaya merah, hijau, dan biru yang disajikan dalam piksel, jutaan warna dapat dihasilkan. Oleh karena itu, pada editor palet warna ada label R, G, dan B (*Red, Green, Blue*).



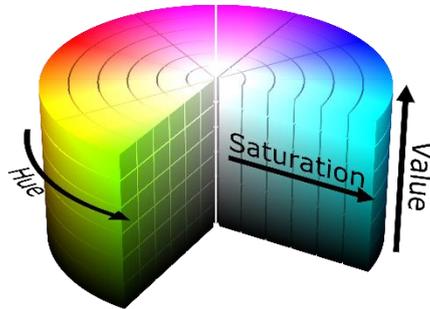
Gambar 2.6 Warna RGB

(<https://www.hisour.com/rgb-color-model-24867/>)

2. HSV (*Hue, Saturation, dan Value*)

HSV mendefinisikan warna dalam terminologi *Hue, Saturation* dan *Value*. Keuntungan HSV adalah terdapat warna-warna yang sama dengan yang ditangkap oleh indra manusia. Sedangkan warna

yang dibentuk model lain seperti RGB merupakan hasil campuran dari warna-warna primer.

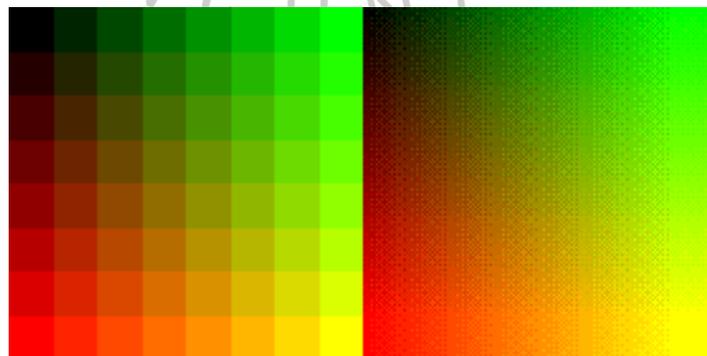


Gambar 2.7 Warna Hue Saturation Value

(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/4e/HSV_color_solid_cylinder.png)

3. *Dithering*

- *Dithering* sering digunakan untuk membuat skala abu-abu ketika hanya piksel hitam dan putih yang tersedia untuk bekerja dengannya. Perbedaan pendapat ada pada apakah *dithering* harus, atau tidak, digunakan pada layar. Dalam sistem yang mengandung palet warna yang besar, proses pencampuran warna yang dilalui komputer ketika menemukan warna yang tidak ada di paletnya juga disebut *dithering*. Dalam proses ini, warna palet dicampur untuk mendekati penampilan warna yang diinginkan.



Gambar 2.8 Warna Dithering

(https://en.wikipedia.org/wiki/Ordered_dithering)

Warna dapat mempengaruhi *mood* dan menimbulkan perubahan perasaan. Beberapa warna dapat meningkatkan tekanan darah, peningkatan metabolisme, dan ketegangan mata (Cao J. , 2015). Secara garis besar warna dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu warna dingin biru, hijau, ungu, warna panas yaitu merah, merah jambu, oranye, kuning, dan warna netral hitam, putih, abu-abu, coklat.

Dalam pembuatan UI juga ada beberapa teknik dan fungsi warna agar mendapatkan kesan tertentu sebagai berikut:

1. *Monochromatic*

Monochromatic adalah teknik pemilihan warna menggunakan satu warna dominan/kuat. Teknik ini menimbulkan suasana minimalis dan harmonis secara keseluruhan.

2. *Analogous*

Teknik ini hampir sama dengan *monochromatic*, hanya saja ditambahkan aksesoris warna tambahan yang diambil dengan cara menggeser warna di palet. Ini akan membuat terasa lebih simpel karena akan memudahkan mata ketika melihatnya. Teknik ini akan menimbulkan suasana yang lebih tenang karena secara garis besar akan ada satu warna yang akan lebih dominan dalam desain tersebut.

3. *Complementary* (Kontras)

Teknik *Complementary* adalah memadukan warna yang kontras atau berlawanan untuk menimbulkan kesan mengundang yang tegas. Dengan menggunakan teknik ini, pembagian fungsi atau konteks menjadi jelas. Misalkan warna dominan yang digunakan adalah hitam, maka bisa dipilih warna merah sebagai warna sekunder. Warna merah inilah yang nantinya bisa digunakan untuk warna tombol utama ataupun interaksi lainnya. Bila diterapkan dengan konsistensi yang baik maka skema warna ini akan menstimulus *user* untuk mengingat bahwa warna merah adalah warna tombol/memicu interaksi.

4. *Split-Complementary*

Teknik ini merupakan pengembangan dari teknik *complementary*. yang membedakan adalah digunakannya tambahan warna dari turunan masing-masing warna dominan. Sebagai contoh, warna utama adalah hitam dan merah, maka tambahan warna diambil dari turunan hitam dan merah.

5. *Triadic*

Teknik ini menggunakan tiga warna yang masing-masing sama kuatnya, Misalkan kita menggunakan warna hitam sebagai warna utama, kuning sebagai warna konten grafik, ikon, dan merah sebagai tombol. Teknik ini biasanya banyak digunakan untuk membuat *interface* dengan konten yang beragam ataupun fungsi yang kompleks.

2.3.4 Sistem *Grid*

Grid adalah struktur yang tidak terlihat di mana semua elemen visual disangga. Fungsinya untuk memisahkan masing-masing komponen *interface* menjadi ruang yang rapi, mengatur area yang akan dibiarkan kosong dan yang memiliki bentuk. Kisi yang terdefinisi dengan baik berubah menjadi bantuan desain yang menghasilkan pesan dan kesederhanaan, meningkatkan kegunaan aplikasi (Cuello & Vittone, 2013). Sebuah *Grid* digunakan sebagai solusi untuk mengatasi penempatan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang desain. *Grid System* digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah penciptaan sebuah komposisi visual secara sistematis, baik secara horizontal maupun vertikal. Sistem *grid* juga memiliki banyak manfaatnya dalam pembuatan desain UI yaitu:

1. Membuat konten menjadi lebih rapi sehingga mempermudah *scanning* konten oleh pembaca atau pengunjung *website*.

2. Mempermudah desainer, karena dengan mudah menentukan peletakan konten dibanding jika tidak menggunakan *grid* yang harus mengira ukuran konten.
3. Konsistensi jarak antar elemen lebih terjaga.
4. Mempermudah developer untuk mengonversikan desain menjadi *website*, karena tinggal mengikuti jumlah dan lebar *grid* yang digunakan.

2.3.5 Navigasi

Navigasi melalui layar atau halaman harus jelas dan mudah dilakukan. Navigasi dapat dibuat jelas dengan mengelompokkan dan menyelaraskan kontrol layar, dan secara bijaksana menggunakan batas garis untuk memandu mata. Secara berurutan, arahkan perhatian seseorang ke elemen-elemen dalam hal kepentingannya. Dengan menggunakan berbagai teknik tampilan, fokuskan perhatian pada bagian terpenting layer (Galitz, The Essential Guide to User Interface Design An Introduction to GUI Design, 2007)

2.3.6 Ikon

Ikon adalah gambar yang mewakili aplikasi, kemampuan, atau konsep lain atau entitas tertentu dengan makna bagi pengguna. Ikon biasanya dapat dipilih tetapi juga bisa menjadi gambar yang tidak dapat dipilih seperti logo perusahaan. (Agus, 2019)

Pada halaman web atau aplikasi, ikon sering kali merupakan gambar grafis yang mewakili topik atau kategori informasi dari halaman web atau aplikasi lain. Sering kali, ikonnya adalah tautan *hypertext* ke halaman itu. Pada dasarnya, ikon mempermudah pengguna dalam melakukan suatu *task* atau mengakses objek tertentu. Hal ini disebabkan karena adanya bantuan visual yang ditangkap pengguna berupa gambar yang dapat membantu pengguna mudah mengingat terhadap objek ikon itu sendiri. Hal ini karena

tujuan dari ikon itu sendiri yaitu sebagai tanda atau lambang yang membuatnya harus berbeda dari lainnya.

Ikon juga dapat berupa gambar ataupun tulisan seperti huruf atau angka saja dan setiap ikon memiliki artinya masing-masing. Namun, hal terpenting dari sebuah ikon ialah fungsi dari objek tersebut yang disesuaikan dengan kegunaan masing-masing.

2.5 User Experience (UX)

UX (*User Experience*) adalah semua aspek tentang bagaimana orang menggunakan produk interaktif bagaimana rasanya di tangan mereka. Bagaimana perasaan mereka tentang hal itu ketika mereka menggunakannya, bagaimana itu melayani tujuan mereka, dan seberapa baik itu cocok dengan keseluruhan konteks di mana mereka menggunakannya. Pengalaman Pengguna (UX) mengacu pada keseluruhan pengalaman yang terkait dengan persepsi emosi dan pikiran, reaksi, dan perilaku yang dirasakan dan dipikirkan oleh pengguna melalui penggunaan sistem, produk, konten, atau layanan secara langsung atau tidak langsung (Hoensik, 2017) Contoh *User Experience* adalah disaat pengguna mengeksplorasi semua fitur *website* atau aplikasi yang ada hingga melakukan transaksi produk/jasa.

2.6 Dealer

Dealer berasal dari kata kerja yaitu *deal* yang artinya kesepakatan. Kata *dealer* ini biasa digunakan untuk menyebutkan sebuah toko motor atau mobil. Hal ini dapat dipahami bahwa *dealer* adalah suatu tempat untuk membuat kesepakatan antara harga dan barang. *Deler* dapat disebut sebagai badan usaha atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas barang berupa motor atau mobil, serta jasa *service*, jasa pencucian, jasa pemodifikasi, dan jasa pelayanan untuk para tamu yang akan menggunakan barang tersebut. (Ningsih, 2010)