

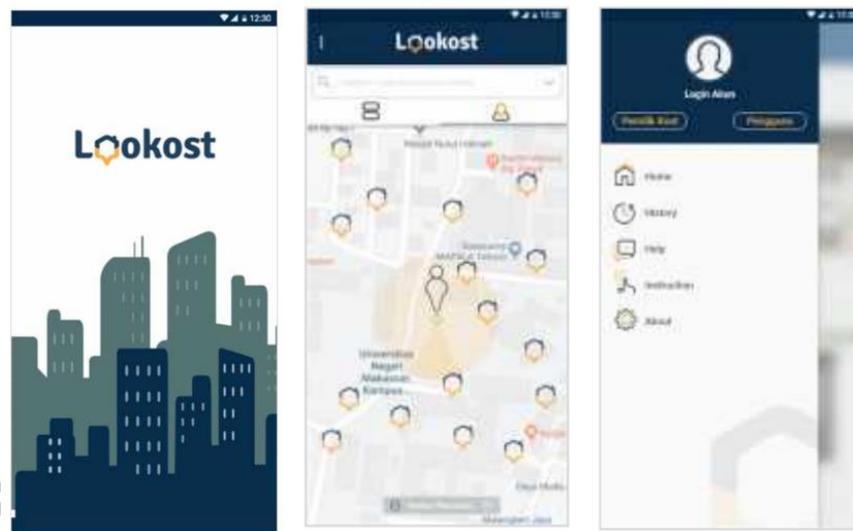
BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam perancangan ini, penulis mengidentifikasi dua perancangan yang sejenis. Identifikasi ini akan digunakan sebagai referensi untuk memecahkan masalah sebagai berikut:

- a. Reynaldi, A. (2019). Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost.

Perancangan tersebut merupakan Tugas Akhir mahasiswa Fakultas Seni dan Desain, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Makassar. Perancangan ini bertujuan untuk membantu mahasiswa di Makassar untuk mendapatkan informasi tentang fasilitas dan harga kos, sehingga mahasiswa mendapatkan kos yang mereka sesuai. Perancangan ini dilatar belakangi perkembangan penyedia jasa kos yang semakin menjamur di Indonesia dan diiringi dengan kebutuhan mahasiswa yang tinggi untuk menunjang tempat tinggal sementara (Reynaldi, 2019). Metode pengumpulan data yang digunakan pada perancangan ini terdiri dari empat metode, yaitu observasi, wawancara, literatur, dan kuesioner. Pada perancangan aplikasi ini membutuhkan teori *user interface design*, prinsip perancangan UI, prinsip *layout*, perancangan, dan aplikasi. Pengguna yang ditargetkan oleh perancangan ini adalah pemilik kost, mahasiswa, pegawai. Hasil dari perancangan ini merupakan *user interface* aplikasi web dan *mobile* yang bertajuk "Lookost". Tampilan *user interface* dari hasil perancangan seperti dibawah ini:



Gambar 2. 1 Tampilan (a) splash screen, (b) lokasi, (c) sidebar
 Sumber: Skripsi Universitas Negeri Makassar

Tampilan *splash screen* (gambar 1a) akan muncul ketika aplikasi pertama kali dibuka. Pada tampilan ini, terdapat logo dari "Lookost" dan ilustrasi gedung dengan menggunakan warna dari branding aplikasi tersebut. Setelah itu, pada (gambar 1b) terdapat tampilan lokasi *user* berada dan beberapa kos yang terdaftar di sekitar *user*. Pada (gambar 1c) disajikan *sidebar* dari *user* yang terdiri dari akun *profile*, *home*, *history*, *chats*, dan *setting*. Icon yang ditampilkan pada *sidebar* menggunakan gaya gambar *line art* dengan perpaduan warna dari brand "Lookost" yaitu biru tua dan kuning. Penulis dapat mengambil kesimpulan, yaitu pada perancangan ini gaya desain yang dipilih oleh perancang bertujuan untuk memfokuskan pada kesederhanaan dan kemudahan tetapi terlihat *modern*. Ikon-ikon ditampilkan secara *flat design* dengan memodifikasi bentuknya agar terlihat dinamis dengan logo dan *branding* dari aplikasi.

- b. Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018, September). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penangan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer

Perancangan tersebut dipublikasi pada Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Periklanan. Perancangan ini bertujuan untuk

memberikan informasi tentang kasus kehilangan barang di tempat umum dengan memanfaatkan teknologi yang berbentuk aplikasi *mobile* (Razi, Mutiaz, & Setiawan, 2018). Perancangan aplikasi *mobile* ini dilatar belakangi kehidupan masyarakat *urban* yang memiliki masalah kehilangan barang di tempat umum dan kurang efesiennya publikasi melalui media sosial mengenai informasi kehilangan barang. Informasi kehilangan barang yang di publikasi melalui media sosial memiliki keterbatasan, seperti keterbatasan layanan sosial media yang tidak dirancang untuk menangani kasus kehilangan barang, target tidak tepat sasaran, dan isu keamanan. Metode perancangan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah ini, yaitu menggunakan metode *design thinking*. *Design thinking* merupakan alat yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah pada perancangan. Berdasarkan penelitian dengan metode *design thinking*, terdapat lima kerangka alur yang dapat memecahkan permasalahan, yaitu:

a. *Empathize*

Langkah awal pada perancangan ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil pengumpulan data dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih belum menemukan alternatif lain untuk mengumumkan barang yang hilang selain menggunakan sosial media.

b. *Define*

Permasalahan utama pada perancangan ini adalah kurangnya sarana informasi yang dapat menjadi wadah untuk mengelola kehilangan barang di tempat umum. Sehingga solusi dari perancangan tersebut merupakan aplikasi *mobile* yang dapat memfasilitasi pertukaran informasi melalui internet. Perancangan aplikasi tersebut memiliki target pengguna berusia 19-34 tahun dari masyarakat *urban* dan menggunakan media sosial.

c. *Ideate*

Perancang menggunakan strategi *hook model* untuk membentuk kebiasaan baru pada pengguna atau masyarakat.

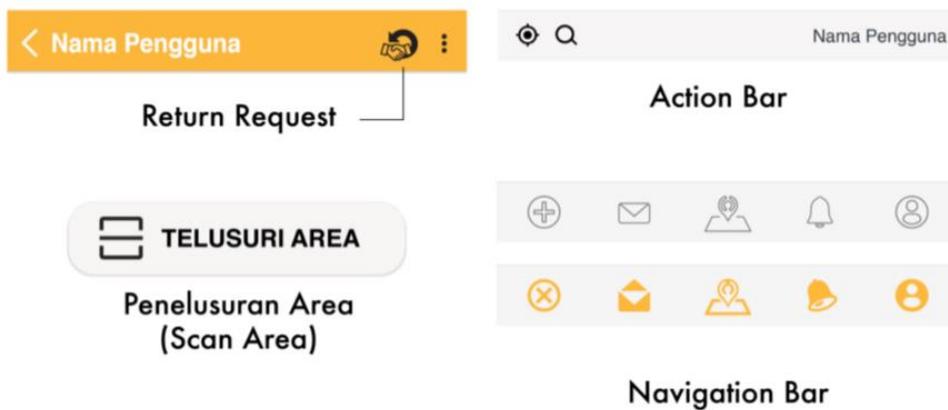
d. *Prototype*

Pada tahap *prototype*, perancang mulai membuat nama aplikasi, logo, *style design*, *flow chart*, dan perancangan aplikasi.

e. *Test*

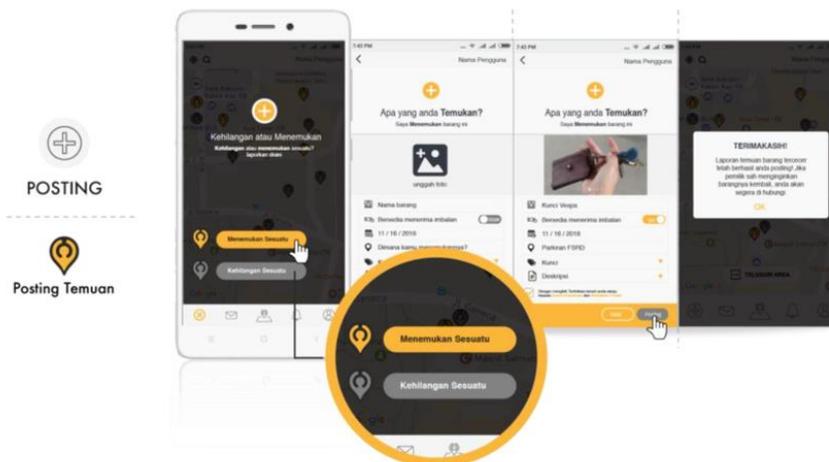
Perancangan aplikasi *mobile* yang telah dirancang mulai dilakukan uji coba dengan menggunakan tahap kuesioner dan digital *prototyping*. Hasil uji coba menunjukkan beberapa aspek yang perlu diperbaiki, salah satunya ukuran ikon yang terlalu kecil untuk ibu jari.

Tujuan dari penelitian ini, yaitu membuat tampilan antarmuka aplikasi *mobile* yang bernama "Kembaliin". Nama tersebut dipilih agar mudah diingat oleh pengguna atau masyarakat. Berikut merupakan tampilan *icon* dan halaman *post* pada aplikasi.



Gambar 2. 2 Tampilan Tombol

Sumber: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Pemasaran



Gambar 2. 3 Tampilan Halaman Post

Sumber: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Pemasaran

Penulis dapat mengambil kesimpulan penelitian ini, yaitu melakukan perancangan *icon* ataupun elemen lainnya yang konsisten pada aplikasi agar pengguna mudah dipahami oleh pengguna dan penting melakukan riset pengguna untuk memperoleh desain *user interface* yang sesuai dengan target pengguna.

2.1.1 Transportasi

Transportasi merupakan kegiatan perpindahan manusia atau barang menggunakan kendaraan. Masyarakat kerap menggunakan transportasi sebagai sarana untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Menurut Fatimah (2019) pada buku Adisasmita (2011) transportasi berfungsi sebagai penghubung antara daerah produksi dan pasar, atau seringkali sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Transportasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu transportasi pribadi dan transportasi umum.

2.1.2 Transportasi Umum

Transportasi umum merupakan jenis transportasi yang melibatkan pengangkutan barang atau penumpang dengan cara membayar. Terdapat beberapa transportasi umum, seperti angkot (angkutan kota), ojek online, MRT, dan LRT. Selain itu, ada pula transportasi yang disediakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, yaitu Jaklingko dan Transjakarta. Penggunaan transportasi umum dapat mengurangi kemacetan hingga polusi udara (Kemhub, 2022).

2.1.3 Bajaj

Bajaj merupakan transportasi roda tiga yang diproduksi oleh perusahaan dari India. Usaha utama perusahaan Bajaj yaitu Bajaj Auto, perakitan terbesar roda dua dan tiga (Rusdianto, 2008). Awal Bajaj diperkenalkan di Jakarta yang berfungsi untuk menggantikan becak pada tahun 1975 (Hambali & Rochyat, 2013). Bajaj beroperasi di Jakarta menjadi jenis Angkutan Lingkungan. Hal tersebut didukung dengan adanya Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 35 Tahun 2005 pasal 32 ayat 2b tentang angkutan umum disebutkan pelayanan angkutan lingkungan adalah angkutan yang dilayani dengan kendaraan roda empat dan roda dua (Antara Banten,

2016). Angkutan Lingkungan merupakan transportasi yang hanya bisa beroperasi jarak dekat dan jalan-jalan perumahan, bukan jalan arteri.

2.2 Tinjauan Teori

Perancangan *user interface* aplikasi *mobile* membutuhkan teori-teori pendukung untuk menjadi landasan teori. Teori pendukung untuk melakukan perancangan sebagai berikut:

2.2.1 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan aturan dalam desain yang dapat mengategorikan elemen-elemen desain (Dewojati, 2009). Ricky Widyananda Putra (2020) mengatakan prinsip desain dibagi menjadi lima hal, yaitu:

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan elemen-elemen yang bersatu sehingga menghasilkan kesan harmonis. Elemen-elemen yang bersatu dapat menyampaikan pesan yang dibuat. Terdapat beberapa pendekatan untuk memperoleh desain yang menyatu. Pendekatan yang digunakan adalah Prinsip Joshua Tree. Prinsip Joshua Tree terdiri dari *proximity*, *alignment*, *repetition*, kontras.

2. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan keseluruhan komponen-komponen yang ditampilkan dengan seimbang. Keseimbangan yang dimaksud yaitu memadukan antara tipografi, warna, gambar, sehingga tidak menimbulkan kesan berat sebelah.

3. Ritme (*rhythm*)

Ritme merupakan perancangan desain yang berupa pengulangan variasi pada elemen. Irama yang dihasilkan dari komponen yang berbeda-beda dapat menghasilkan pola konsisten.

4. Penekanan (*emphasis*)

Penekanan merupakan elemen grafis yang lebih ditonjolkan pada suatu desain. Penekanan bertujuan untuk memberikana penekanan terhadap poin tertentu supaya pandang *audience* tertuju pada poin tersebut.

5. Proporsi

Proporsi merupakan perbandingan ukuran antar elemen secara keseluruhan. Proporsi juga dapat diartikan perubahan ukuran tanpa merubah ukuran panjang, lebar, dan tinggi sehingga tidak terjadi distorsi.

2.2.2 *User Interface*

User interface merupakan cara berkomunikasi antara pengguna dengan sebuah program, seperti website, aplikasi, *software* (Himawan & Florestyanto, 2020). *User interface* mencakup tampilan grafis meliputi warna, ilustrasi, tipografi, *icon*, hingga animasi yang ditampilkan. Menurut Chandra seperti dikutip Reynaldi (2019), Langkah pertama dalam merancang *user interface*, yaitu dengan melakukan analisis kebiasaan pengguna untuk kemudian membuat *prototype* sesuai dengan desain yang telah dirancang. Pada jurnal yang berjudul "Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web pada Laportea Company" Putra, Asfi, dan Fahrudin (2021) menggunakan metode *design thinking*. *Design thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. *Emphatize*

Emphatize merupakan cara kita memahami emosi yang dirasakan orang lain. Pada tahap *emphatize* perlu melakukan wawancara atau observasi terhadap pengguna untuk mengidentifikasi dan memahami masalah yang dihadapi.

2. *Define*

Define merupakan salah satu tahapan untuk mengetahui sudut pandang pengguna serta mengetahui apa yang diinginkan oleh pengguna. Pada tahap ini, dilakukan pembuatan *user persona* yang akan dijadikan landasan pembuatan aplikasi.

3. *Ideate*

Ideate merupakan langkah menghasilkan berbagai solusi dari ide-ide yang berbeda, yang diekspresikan melalui *brainstorming* dan direpresentasikan dalam bentuk *user flow*.

4. *Prototype*

Prototype merupakan tahapan pembuatan rancangan tampilan sebuah aplikasi atau website yang akan diimplementasikan agar menghasilkan suatu produk yang siap uji.

5. *Test*

Test merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi atau menguji hasil rancangan. Pada pada tahap ini berisi rangkaian tugas yang harus dikerjakan oleh pengguna.

2.2.3 Tahapan Perancangan *User Interface*

Muhammad Rifqi dalam sebuah artikel medium yang berjudul "UI Design: Prinsip dan Tahapan" (2021). Tahapan dalam merancang *user interface* pada aplikasi dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu wireframe, mockup, dan prototype. Sedangkan tahapan merancanag *user interface* menurut Surianto Rustan dalam sebuah buku yang berjudul "Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website & Apps" (2020), terbagi menjadi lima tahap, yaitu *research & analysis, information architecture, wireframe & mockup, moodboard & styleguideline, prototype & testing, dan implement*. Penulis dapat menyimpulkan tahapan dalam melakukan perancangan *user interface* sebagai berikut:

1. *User Journey*

User journey merupakan sebuah urutan atau kebiasaan yang terdiri dari kebutuhan dan perilaku untuk menentukan target *user*. *User journey* menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan pada tahap *research & analysis*.

2. *Site Map*

Sitemap merupakan peta konsep yang menjelaskan hubungan antar halaman pada aplikasi. *Site map* menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan pada tahap *information architecture*.

3. *Wireframe*

Tahapan awal untuk merancang *user interface* aplikasi yaitu membuat *wireframe* yang berisi kerangka dasar halaman yang akan dibuat. *Wireframe* atau *low fidelity wireframe* merupakan kerangka sketsa dasar pada halaman aplikasi yang berwarna *grey scale*. Tujuan dari tahap ini yaitu untuk menentukan struktur garis besar halaman pada aplikasi yang akan di

rancang dan menjadi sketsa dasar dari konten maupun *layout* yang akan digunakan (Angelina, Sutomo, & Nurcahyawati, 2022).

4. *Mockup*

Mockup pada perancangan *user interface* merupakan tahapan *high-fidelity* yang menggambarkan produk final pada aplikasi, seperti *font*, warna, tipografi, ilustrasi, dan elemen desain lainnya.

5. *Prototype*

Prototype merupakan bentuk dinamis dari mockup yang dapat memberikan interaksi pada pengguna. Interaksi yang terdapat pada prototype, yaitu berpindah halaman, mengklik suatu tombol, hingga animasi pada *web banner*.

2.2.4 Warna

Warna merupakan spektrum pada cahaya putih yang dipancarkan pada indera penglihatan seseorang (Nugroho, 2008). Warna terbagi menjadi dua, yaitu warna RGB dan warna CMYK. Warna CMYK digunakan untuk kebutuhan cetak. Warna RGB digunakan untuk kebutuhan digital.

Menurut Ricky Widyana Putra (2020) pada bukunya yang berjudul "Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan" menjelaskan bahwa jenis warna berdasarkan keharmonisannya terbagi menjadi lima, yaitu:

a. Warna Komplementer

Warna komplementer merupakan warna yang terletak saling berlawanan di dalam *colour wheel*. Warna komplementer menghasilkan warna yang kontras.

b. Warna *Analogous*

Warna *analogous* merupakan tiga warna yang berdekatan pada *color wheel*. Warna *analogous* sehingga menghasilkan warna yang harmoni dalam tampilan visual.

c. Warna *Triadic*

Warna *triadic* merupakan tiga warna yang membentuk segitiga pada *color wheel*. Warna *triadic* menghasilkan warna yang cerah dan menarik.

d. Warna *Split Komplementer*

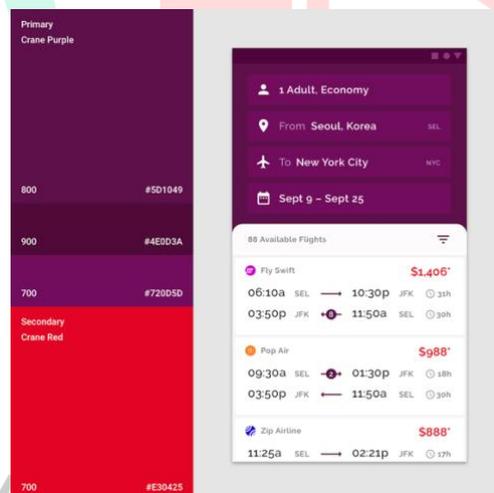
Warna *split* komplementer merupakan warna yang berlawanan dengan satu warna tambahan yang terletak di sampingnya, membentuk pola segitiga terbalik pada *color wheel*. Warna *split* komplementer memberikan kesan harmonis.

e. Warna *Tetradic*

Warna *tetradic* merupakan kombinasi empat warna yang membentuk pola persegi panjang di *color wheel*. Penggunaan warna *tetradic* menghasilkan kombinasi warna yang vibrant.

2.2.4.1 Penggunaan Warna dalam Aplikasi Seluler

Warna terbagi menjadi dua jenis, yaitu warna primer dan warna sekunder. Menurut developer.android.com (2023), warna primer merupakan warna utama yang paling sering ditampilkan pada layar dan komponen. Untuk membedakan warna antar komponen, perlu membuat jenis *light or dark* dari warna primer yang digunakan.



Gambar 2. 4 Warna Primer
Sumber: material.io

Warna sekunder dapat digunakan untuk memberikan aksen pada bagian tertentu, seperti tombol maupun teks yang ingin ditonjolkan. Saat melakukan perancangan antarmuka (*user interface*) sebaiknya menggunakan warna yang tidak terlalu kontras atau menggunakan warna-warna *triadic*. Pemilihan warna yang tidak terlalu kontras dapat meningkatkan tingkat kenyamanan pengguna saat membaca atau menggunakan aplikasi (Isnaindin, Arikeasa, Nasution, & Hidayat, 2021).

Penggunaan warna pada perancangan aplikasi memiliki aturan 60% penggunaan warna netral untuk *background*, 30% penggunaan warna utama untuk elemen *apps bar*, 10% penggunaan warna aksen yang digunakan pada warn tombol (Faizin, 2022).

2.2.5 Aturan Tipografi dalam Aplikasi Seluler

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari tentang desain huruf, serta pengaplikasiannya dalam *layout* (Putra R. W., 2020). Tipografi bertujuan untuk memberikan informasi secara jelas. Huruf memiliki lima jenis, yaitu *serif*, *sans serif*, *slab serif*, *script*, dan dekoratif. Perancangan aplikasi *mobile* cukup menggunakan satu jenis huruf yang mudah oleh pengguna, yaitu *sans serif* (Rustan, 2020).

Menurut developer.apple.com (2024), ukuran huruf yang digunakan untuk teks minimal 11 px. Ukuran huruf bergantung pada ukuran layar yang digunakan. Namun, secara umum ukuran huruf minimal 11 px dan maksimal 31px. Penentuan ukuran huruf berdasarkan jenis teks yang akan digunakan. Teks berupa judul memiliki ukuran yang lebih besar dari pada sub judul.

2.2.6 Prinsip Perancangan Ikon

Menurut Stevens (2023), ikon merupakan elemen visual yang digunakan untuk memiliki fungsi dan fitur dari konten tertentu. Ikon merupakan alat komunikasi dengan *user* secara *non-verbal* yang mudah dipahami. Dalam merancang ikon, seorang desainer harus mematuhi tujuh prinsip dalam merancang ikon. Tujuh prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Clarity of Meaning* (Kejelasan Makna)

Hal utama yang perlu diperhatikan oleh seorang desainer pada saat merancang ikon, yaitu kejelasan makna. Ikon yang baik pada rancangan visual user interface dapat memberikan informasi yang tepat sasaran dan mudah dipahami oleh pengguna.

2. *Visual Clarity* (Kejelasan Visual)

Prinsip yang kedua, yaitu kejelasan visual. Ikon sering kali diaplikasikan dalam ukuran yang kecil. Untuk meningkatkan *readability* atau tingkat keterbacaan, ikon perlu dirancang secara sederhana.

3. *Simplicity* (Sederhana)

Rancangan ikon yang sederhana akan lebih mudah dipahami oleh pengguna. Ikon yang ditampilkan dengan ukuran kecil menjadi tantangan bagi desainer untuk membuat ikon yang sederhana dan efisien.

4. *Familiarity* (Mudah Dipahami)

Pada prinsip *familiarity*, desainer membuat ikon yang universal atau biasa digunakan. Contoh ikon yang universal, yaitu ikon rumah yang mewakili halaman beranda. Saat mendesain ikon yang universal, desainer tidak perlu memikirkan suatu hal yang baru karena pengguna sudah memahami arti dari ikon-ikon tersebut.

5. *Alignment and balance* (Keselarasan dan Keseimbangan)

Keselarasn dan keseimbangan diberlakukan saat merancang ikon. Keseimbangan ikon dibutuhkan supaya ikon mudah dipahami dan sedap dipandang.

6. *Consistency Across the Board* (Konsistensi Secara Menyeluruh)

Konsistensi dalam segala aspek diperlukan saat melakukan perancangan yang mengacu pada ikon lainnya. Untuk menciptakan konsistensi, semua ikon memiliki tinggi, lebar, dan ketebalan yang sama. Ikon yang membutuhkan warna, dapat menggunakan skema warna yang konsisten dengan *brand*.

7. *Personality and Branding* (Kepribadian dan Branding)

Ikon memiliki peran penting dalam menyelaraskan dengan visual *brand* yang lebih luas. Desainer dapat menggunakan warna dan gaya visual yang sama seperti *supergraphic*.

2.2.7 *Layout*

Layout merupakan penempatan elemen-elemen pada sebuah desain sebagai pendukung pesan yang akan disampaikan (Rustan, 2020). Elemen pada *layout* terbagi menjadi dua, yaitu konstruksi dan konten. Elemen terdiri dari isi yang berbeda-beda. konstruksi terdiri dari *margin* dan *grid*, sedangkan konten terdiri dari teks dan margin.

Konstruksi atau susunan pada *layout* terdapat *margin* dan *layout*. *Margin* berfungsi sebagai pembatas pada pinggir *layout* dan *grid* berfungsi sebagai alat bantu untuk meletakkan elemen. Elemen pada konstruksi terdiri dari:

1. *Margin*

Margin merupakan ruang kosong yang berada di sekeliling konten sekaligus sebagai batasan konten dengan pinggiran kertas. *Margin* berfungsi sebagai batasan agar konten tidak terpotong saat melakukan cetak dan menjaga kerapian desain.

2. *Column* dan *Gutter*

Column merupakan tempat untuk meletakkan konten berupa elemen grafis, gambar, dan tulisan. *Gutter* merupakan jarak pemisah antar *column*. *Gutter* dan *column* memiliki fungsi untuk membagi agar baris tidak panjang dan mengatur penempatan seluruh elemen agar terlihat rapi dan mudah dibaca.

3. *Module*

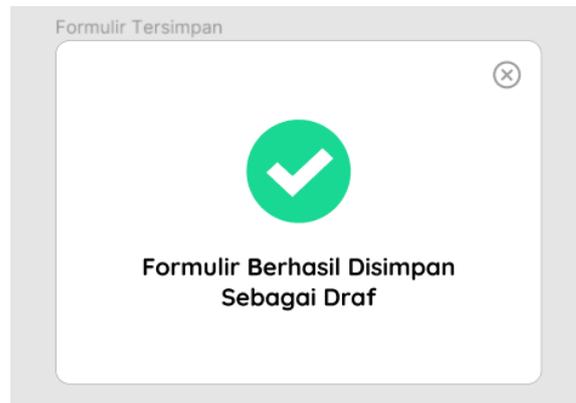
Module merupakan bidang kotak-kotak yang berasal dari potongan *column* vertikal dan horisontal sebagai tempat untuk meletakkan gambar. *Module* memiliki fungsi mengatur seluruh penempatan elemen agar sesuai dengan *layout*.

2.2.8 Prinsip Desain Perancangan *User Interface*

Menurut Jakob Nielsen (2020) Prinsip yang dijadikan acuan saat melakukan perancangan desain *user interface* dibagi menjadi sepuluh prinsip, yaitu:

1. *Visibility of System Status*

Fungsi yang ada di suatu produk dan mudah dimengerti oleh pengguna. Pada prinsip ini aplikasi memberikan *feedback* atau informasi kepada pengguna mengenai permasalahan yang terjadi pada aplikasi.



Gambar 2. 5 Visibility of System Status
Sumber: Medium

2. Match Between System and The Real World

Penggunaan konsep atau ilustrasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Contoh penerapan prinsip ini, yaitu penggunaan warna seragam yang berbeda untuk menggambar jenjang pendidikan yang berbeda.



Gambar 2. 6 Match Between System
Sumber: Medium

3. User Control and Freedom

Memberikan kemudahan dalam melakukan pembatalan pada aplikasi. Kemudahan yang diberikan dapat berupa tersedianya tombol untuk membatalkan aktivitas pada suatu formulir.

Deskripsi Sekolah

Sekolah yang sangat membanggakan bagi nusa bangsa negara dan agama. Menciptakan pemimpin-pemimpin di masa depan. Maju bersama Allah.

Foto Header
ukuran yang dianjurkan (1920x1080)

header.jpg

Gambar 2. 7 User Control and Freedom
Sumber: Medium

4. Consistency and Standards

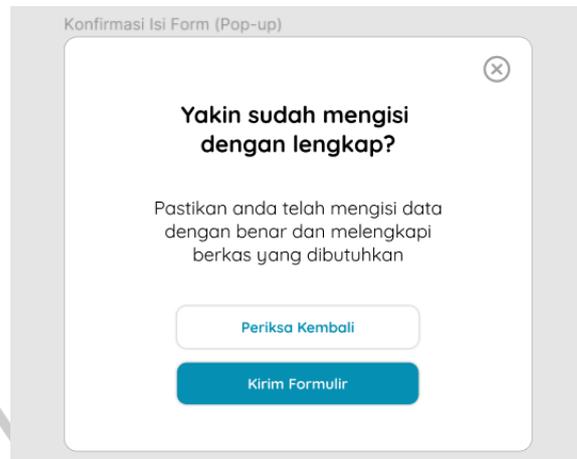
Memberikan konsistensi dalam penerapan *design system*. Penerapan *design system* meliputi warna, jenis font, tombol, hingga elemen yang digunakan. Aplikasi yang menerapkan konsistensi elemen akan mempermudah penggunaan aplikasi oleh *user*.

Id	Nama Pendaftar	TTL	Berkas	Status
3	Tura	Depok, 2000-10-20	<input type="button" value="Unduh"/>	<input type="button" value="Ditolak"/> <input type="button" value="Detail"/>
4	Antur	Bandung, 1999-09-09	<input type="button" value="Unduh"/>	<input type="button" value="Diproses"/> <input type="button" value="Detail"/>
5	Ura	BoGOR, 2001-01-01	<input type="button" value="Unduh"/>	<input type="button" value="Penda Review"/> <input type="button" value="Detail"/>
6	Sela	Depok, 2004-03-02	<input type="button" value="Unduh"/>	<input type="button" value="Diterima"/> <input type="button" value="Detail"/>

Gambar 2. 8 Consistensi and Standarts
Sumber: Medium

5. Error Prevention

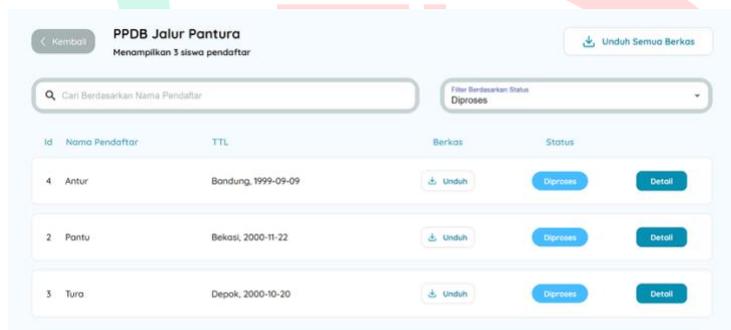
Mencegah terjadinya kesalahan pengguna. Kesalahan tersebut dapat dihindari dengan menampilkan dialog konfirmasi ketika melakukan suatu kegiatan pada aplikasi.



Gambar 2. 9 Error Prevention
Sumber: Medium

6. Recognition Rather than Recall

Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga mudah dilihat dan mudah diperoleh ketika dibutuhkan. Salah satu contoh penerapan prinsip ini, yaitu tersedianya jumlah item/file pada sebuah aplikasi.



Gambar 2. 10 Recognition rather Than Recall
Sumber: Medium

7. Flexibility and Efficiency of Use

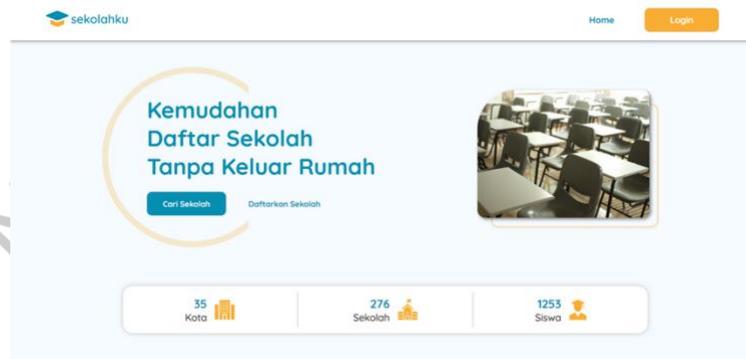
Memberikan kemudahan dan efisiensi waktu kepada pengguna dengan menyediakan fitur untuk filter pada baris pencarian aplikasi. Fungsi dari fitur tersebut, yaitu memudahkan pengguna untuk mencari yang mereka butuhkan.



Gambar 2. 11 Flexibility and Efficiency of Use
Sumber: Medium

8. *Aesthetic and Minimalist Design*

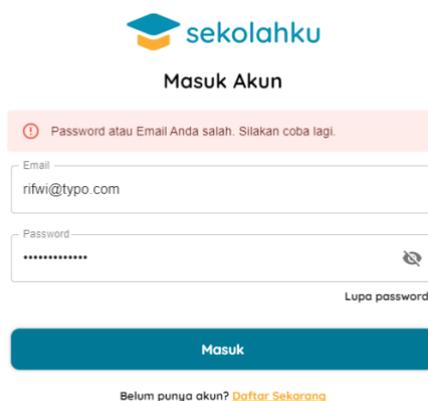
Menerapkan desain yang minimalis tanpa menggunakan informasi yang tidak relevan. Informasi yang berlebih dapat mengurangi kenyamanan pada pengguna. Aplikasi hanya berisi informasi terkait, mulai dari web banner, header, isi dan footer.



Gambar 2. 12 *Aesthetic and Minimalist Design*
Sumber: Medium

9. *Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors*

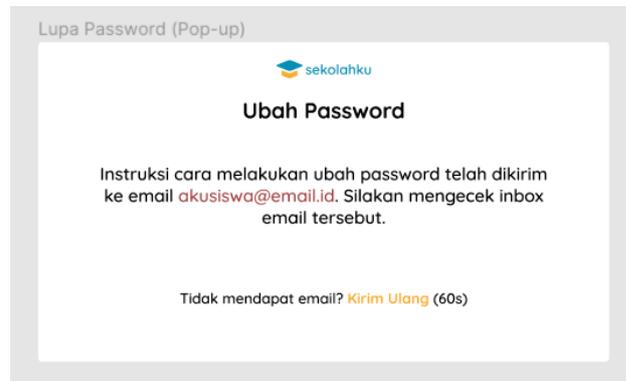
Menampilkan masalah yang terjadi pada aplikasi dan solusi yang harus dilakukan. Masalah dan solusi ditampilkan pada *error message* yang berwarna lebih kontras dibanding elemen lainnya.



Gambar 2. 13 *Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors*
Sumber: Medium

10. *Help and Documentation*

Menyediakan halaman untuk *message box* yang berisi tahapan yang harus dilalui oleh pengguna. Informasi yang terdapat pada *message box* fokus pada langkah yang harus dilalui.



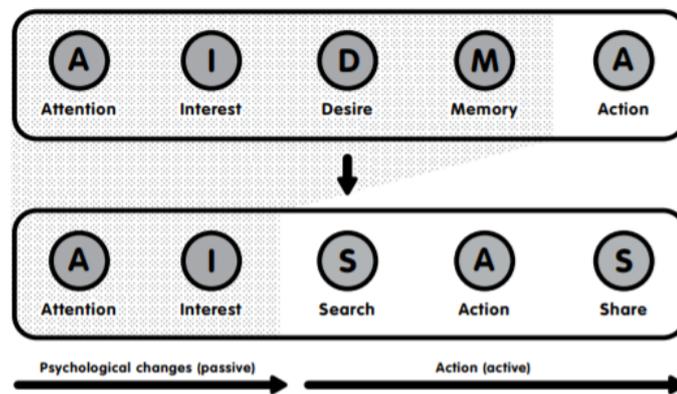
Gambar 2. 14 Help and Documentation
Sumber: Medium

2.2.9 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang digunakan untuk menjelaskan atau menghias sesuatu (Indiria Maharsi). Sedangkan dalam UI Design, ilustrasi merupakan gambar visual yang dibuat untuk memperkaya dan melengkapi desain *interface*. Fungsi ilustrasi pada antarmuka tidak hanya sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai alat untuk mengkomunikasikan ide, menyampaikan pesan, dan membantu pengguna dalam penggunaan aplikasi.

2.2.10 AISAS

AISAS merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Menurut Sugiyama dan Andree dalam buku "The Dentsu Way" (2011), AISAS merupakan teknik yang digunakan untuk menjangkau target pengguna dengan memperhatikan perbedaan tingkah laku yang terjadi karena adanya kemajuan teknologi. Melihat perubahan tersebut, Dentsu melakukan perubahan dari teori AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, dan Action*). Metode AISAS menjelaskan bahwa saat ini konsumen lebih aktif dan dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber, seperti melakukan pencarian secara *online (search)* dan membagikan informasi yang diperoleh kepada orang sekitar (*share*) (Ong & Hartanto, 2022).



Gambar 2. 15 Model AISAS
 Sumber: The Dentsu Way

2.2.11 Design Thinking

Design thinking diciptakan oleh David Kelly dan Tim Brown. *Design thinking* merupakan proses berulang yang memiliki bertujuan untuk memahami pengguna, mengevaluasi asumsi, mendefinisikan ulang masalah, dan menciptakan solusi inovatif yang dapat dilakukan uji coba menggunakan hasil rancangan pada tahap *prototype* (Dam & Siang, 2023). Menurut Standford's Hasson-Platner Institute of Design dalam Azmi, Kharisma, Akbar (2019), *design thinking* dibagi menjadi lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

2.3 Ringkasan Kesimpulan Teori

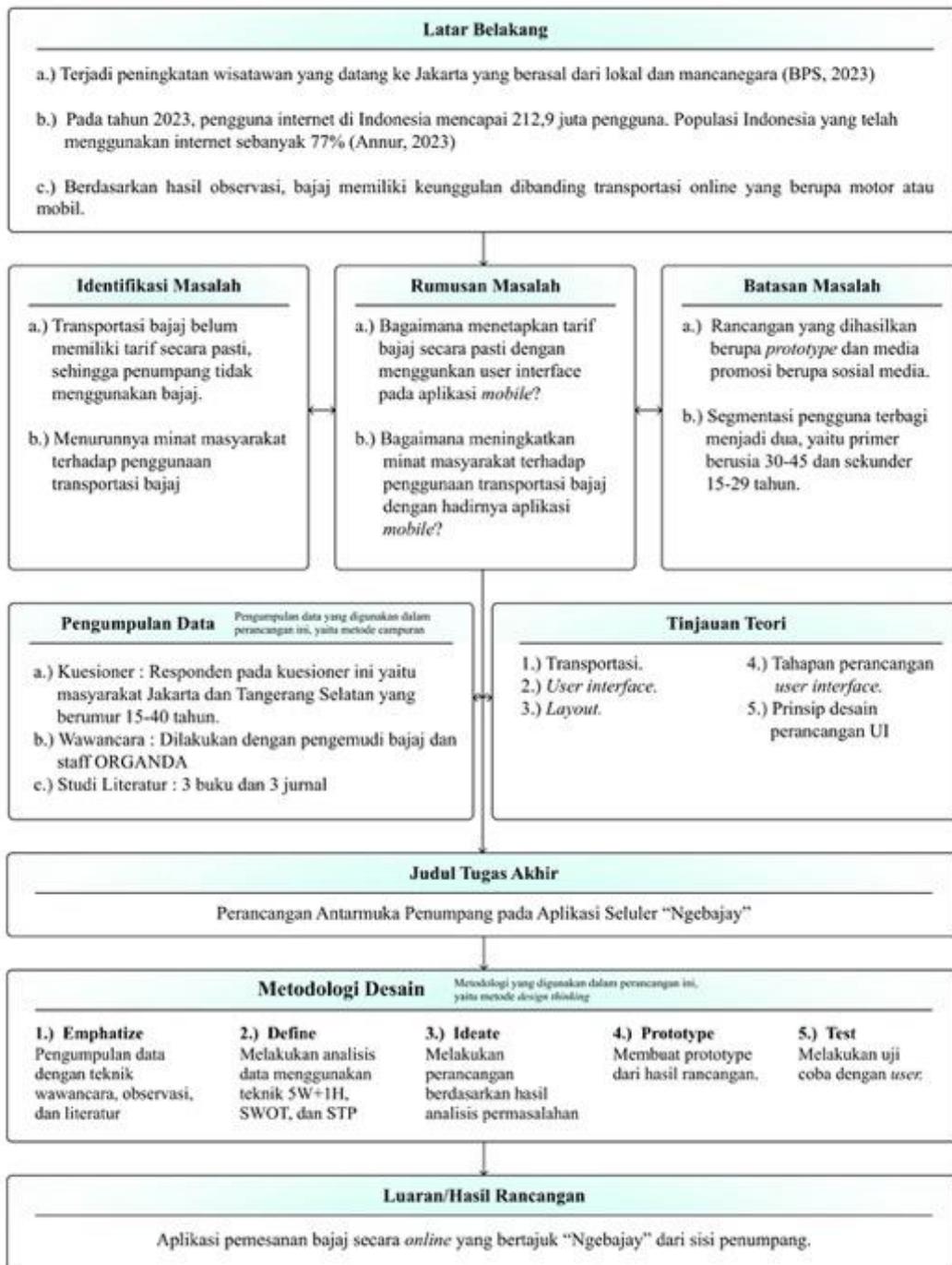
Perancangan aplikasi "Ngebajay" membagi dua teori sebagai dasar acuan saat melakukan perancangan. Teori utama yang digunakan berkaitan langsung dengan perancangan aplikasi, sedangkan teori pendukung digunakan sebagai tambahan informasi untuk mendukung perancangan dan promosi. Saat merancang antarmuka, perancang harus menyesuaikannya dengan target pengguna aplikasi. Aplikasi yang sesuai dengan target pengguna akan lebih mudah dipahami oleh pengguna.

Penggunaan warna pada perancangan antarmuka aplikasi "Ngebajay" menerapkan aturan 60% warna putih sebagai latar belakang, 30 % warna biru sebagai warna primer dari "Ngebajay", dan 10% menggunakan warna oranye sebagai warna sekunder. Penerapan aturan warna tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat membaca atau menggunakan aplikasi.

Perancangan aplikasi ini membutuhkan ilustrasi untuk membantu pengguna memahami pesan tanpa harus membaca terlebih dahulu. Penulis menggunakan maskot sebagai elemen identitas yang menghubungkan pengguna dengan aplikasi. Penggunaan maskot pada antarmuka dapat menciptakan kesan menyenangkan. Maskot yang menyenangkan mudah diingat oleh pengguna. Untuk meningkatkan *brand awareness* di masyarakat, penulis menggunakan metode promosi AISAS. Promosi yang dilakukan melalui Instagram, *billboard*, *merchandise*, *banner*, dan lain-lain.

2.4 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian metode campuran, penulis memerlukan kerangka berpikir untuk mengembangkan konsep dan memudahkan proses perancangan. Kerangka berpikir bukan hanya sekadar kumpulan informasi atau pemahaman belaka, melainkan juga memerlukan pemahaman yang diperoleh dari pencarian sumber-sumber dan pengaplikasiannya dalam proses perancangan (Yunianto, 2018). Penulis mengawali penulisan kerangka berpikir dengan pemaparan latar belakang perancangan.



Gambar 2. 16 Kerangka Berpikir

Perancangan *user interface* aplikasi "Ngebajay" didasari karena adanya permasalahan yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengemudi bajaj dan observasi, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa permasalahan utama perancangan ini yaitu menurunnya minat masyarakat terhadap penggunaan bajaj.

Hal tersebut terjadi karena hadirnya transportasi *online*. Hasil wawancara dengan penumpang menyatakan bahwa, bajaj tidak memiliki tarif yang pasti dan pemesanan yang sulit sehingga penumpang memilih transportasi lain.

Transportasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan perkotaan yang modern. Transportasi dibedakan menjadi dua, yaitu transportasi pribadi dan umum. Transportasi umum merupakan layanan yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya (Sunardi, Yudhana, & Kadim, 2019). Transportasi umum juga dapat menjadi alat yang digunakan wisatawan untuk menuju tempat destinasi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, wisatawan mancanegara yang berlibur ke Jakarta sebanyak 190.192 orang (BPS, 2023). Berdasarkan data katadata.co.id yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, jumlah wisatawan lokal di Jakarta sebanyak 37,36 juta (Annur C. M., 2022). Peningkatan jumlah wisatawan di Jakarta beriringan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap transportasi.

Hasil observasi dan wawancara, penulis dapat menentukan target pengguna. Terdapat dua target pengguna, yaitu primer berusia 15-29 tahun dan sekunder berusia 30-45 tahun. Penulis memfokuskan pengguna aplikasi yang berlokasi di Jakarta.