



4.89%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 15 JUL 2024, 11:02 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.1%

● CHANGED TEXT
4.79%

Report #22030909

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Banyak pemilik bisnis sablon yang menggunakan metode pencetakan yang membutuhkan layar dengan kepadatan tertentu, biasanya terbuat dari sutra atau nilon. 3 12 Pola yang berasal dari gambar negatif yang sebelumnya dipindahkan ke kertas kalkir atau kertas HVS diterapkan pada bingkai ini. Peregangan kain yang ketat digunakan untuk membuat cetakan dan layar datar. Agar polanya terlihat, kain direndam dalam air setelah melalui proses photoresist dan radiasi. Menuangkan tinta ke layar dan menyikatnya dengan bantalan karet adalah langkah-langkah dalam prosedur ini. Satu warna dapat dicetak pada satu layar, namun beberapa warna dalam satu desain memerlukan penggunaan instrumen khusus yang presisi. (Fachrur Alifuddin, 2018) Konsep penjualan online lahir dari pesatnya kemajuan teknologi, dan cukup membantu di zaman kita ini karena memberikan kemudahan bagi banyak orang. Memanfaatkan internet untuk mendongkrak penjualan, penjualan online melalui website dapat menjadi strategi penjualan dan company profile. Menurut penelitian, salah satu masalah terbesar adalah betapa sulitnya mempromosikan produk baru. 4 17 Oleh karena itu, teknik pengumpulan data untuk penelitian ini meliputi studi literatur, wawancara, dan observasi. Temuan studi ini menunjukkan pemahaman akan perlunya penyelesaian masalah ini. Untuk memudahkan penjualan online, penulis menggunakan Metode Design Thinking untuk membuat website e-commerce. Penulis ingin menggunakan situs web

ini untuk memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan dari waktu ke waktu. (Theo Chostha Ochktavia, 2022). Menjual perlengkapan sablon seperti screen, rakel, dan tinta merupakan bisnis dari Nolbaz Services. Dalam sebuah wawancara, pemilik Nolbaz SPS 2 menyatakan bahwa saat ini ia belum memiliki website untuk mempromosikan penjualan perlengkapan sablon. Diperlukan suatu media penyimpanan yang handal dan terkelola dengan baik dengan memanfaatkan website, karena mekanisme transaksi penjualan alat sablon serta pembuatan laporan pemesanan dan penjualan masih bersifat konvensional. Hal ini meningkatkan risiko kehilangan data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan desain website yang akan memudahkan pembuatan alat sablon untuk memudahkan pengelolaan transaksi penjualan Nolbaz SPS. **19** Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kualitatif. **11** 1.2 Identifikasi Masalah Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang diberikan sebelumnya, Masalah umum pada Nolbaz SPS tersebut di antara lain: 1. Belum terciptanya penjualan alat sablon dari nolbaz secara online . 2. Belum adanya sistem pencatatan pembelian dan penjualan dari nolbaz secara digital. 3. Nolbaz tidak berjualan di marketplace manapun dan hanya melakukan penjualan melalui Whatsapp 1.3 Rumusan Masalah Rumusan masalah yang ditemukan penulis dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang sebelumnya yaitu: 1. Bagaimana merancang website untuk mendukung penjualan produk nolbaz secara online ? 2. Bagaimana merancang system user flow yang terintegrasi secara administrasi untuk Nolbaz SPS? **16** 1.4 Tujuan Penelitian Tujuan penulis dalam melakukan penelitian dan proyek tugas akhir ini adalah sebagai berikut: 3 1. Merancang sebuah desain website pada Nolbaz SPS untuk memudahkan dalam proses penjualan dan pemesanan alat sablon. 2. Memudahkan Nolbaz SPS dalam mengelola data transaksi penjualan dan laporan pemesanan alat sablon. 3. Membuat Desain Konten Sosial media sebagai media pendukung. 1.5 Manfaat Penelitian Untuk website Nolbaz SPS, ada dua keuntungan utama dari desain UI, yang akan dijelaskan sebagai berikut: 1. Manfaat Teoritis a) Sebagai contoh,

membuat situs web e-commerce b) Keuntungan tambahan adalah sebagai metode promosi yang efektif dalam desain web. 2. Manfaat Praktis memudahkan pelanggan untuk mengakses dan bertransaksi secara online kapan pun dan di mana pun. 1.6 Sistematika Penulisan Sistematika penulisan yang diperlukan akan diuraikan di bawah ini untuk mendapatkan gambaran umum tugas akhir ini: Bab I memberikan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang yang mendasari gagasan tentang penciptaan karya, serta tujuan dan manfaatnya. Kemudian, untuk tujuan referensi, sumber penciptaan, yang merupakan gambaran umum teori yang digunakan untuk menciptakan tugas akhir, metode penciptaan sebagai kajian daya yang diperoleh, dan analisis data sertifikat, dibahas. Bab II kemudian, yang mencakup tinjauan literatur sebagai referensi informasi, data awal yang mencakup data wawancara dengan pemilik Nolbaz, tinjauan teori, dan kerangka berpikir. 4 Bab III membahas konsep perancangan dan membahas konsep warna dan layout. 15 Bab ini juga membahas rancangan penelitian, jenis penelitian, lokasi dan teknik pengumpulan data dan analisis data. Ada juga analisis segmentasi, targeting dan positioning, strategi 5W + 1H, analisis pesaing, dan analisis SWOT. Bab IV membahas strategi kreatif. Bab ini membahas konsep karya, komunikasi, media, kreatif, visual, dan verbal. Bagian akhir dari proposal tugas akhir ini, Bab V, mencakup aspek-aspek yang terkait dengan lampiran dan daftar pustaka yang mencakup referensi- referensi yang menjadi dasar dari penelitian tugas akhir ini. 5 BAB II TINJAUAN UMUM 2.1 Tinjauan Pustaka 1. Jurnal “BISNIS CETAK KAOS yang ditulis oleh Fachrur Alifuddin dan Jamaaluddin dan diterbitkan pada tahun 2018, direview oleh penulis. Bagi banyak perusahaan sablon, sablon merupakan salah satu metode pencetakan yang menggunakan sablon yang sering kali terbuat dari sutra atau nilon dan memiliki kepadatan tertentu. 3 Selanjutnya, kita terapkan pola dari gambar negatif ke bingkai ini. diselesaikan sebelumnya pada kertas kalkir atau kertas HVS. Peregangan yang ketat digunakan untuk membuat tampilan datar dan cetakan dari kain ini.. (Fachrur Alifuddin, 2018) 2. Artikel jurnal Penda Sudarto Hasugian “DESAIN WEBSITE

SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI direview oleh penulis. Publikasi ini memiliki pengalaman mempromosikan dirinya melalui situs web yang ramah pengguna dan efisien bagi konsumen di wilayah geografis yang berbeda. Saat ini, situs web berfungsi sebagai alat promosi yang komprehensif dan sumber informasi dan komunikasi terkini. Banyak sekali masyarakat yang memanfaatkan media sosial dan website untuk mengakses internet untuk berbagai keperluan, antara lain komunikasi, akses informasi, pembelian barang atau keperluan pribadi, hingga penyewaan jasa melalui media website. Karena kemudahan penggunaan situs web dan peningkatan jangkauan, yang memfasilitasi kemampuan pelanggan untuk membeli barang dari bisnis, media promosi ini membantu perusahaan.. (Hasugian, 2018)

3. Buku “DESAIN WEB” karya Ino Sulistiani, S.T., M.T. direview oleh penulis. Buku ini membahas tentang desain online yang memiliki beberapa keterbatasan yang pada akhirnya menyebabkan banyak keseragaman dalam karya yang dihasilkan. Karena kendala ini, warna, tata letak, font, dan navigasi sering kali sama.. (Ino Sulistiani, 2018) 6 4. Buku “KREATIF MEMBUAT DESAIN WEB DENGAN ADOBE PHOTOSHOP karya Wahana Computer dirensensi oleh penulis. Buku ini berbicara tentang. Buku ini akan mengajarkan Anda cara mengembangkan situs web dengan berbagai topik, termasuk situs web perusahaan, perjalanan, bisnis, dan pribadi. (P, 2021) Buku harian ini dan tugas akhir penulis, yang melibatkan perancangan situs web Nolbaz SPS untuk memudahkan pembelian dan penjualan perlengkapan sablon, adalah sebanding. Ide desain web, warna, tata letak, ikonografi, grafik, tipografi, antarmuka pengguna, dan promosi adalah dasar dari desain ini. 5. Penulis memeriksa artikel jurnal Saka Adipratama Nimpuno berjudul "DESAIN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI SEKOLAH ELTIGO CLAY & GAMBAR. Jurnal ini memberikan informasi latar belakang tentang program menggambar & tanah liat eLTigo, yang menawarkan instruksi khusus dalam pengolahan tanah liat untuk membuat karya seni yang praktis dan non-fungsional. Jurnal ini menggabungkan berbagai teknik pengolahan tanah liat untuk membuat karya seni yang akan membantu mengembangkan kreativitas anak,

memungkinkan mereka untuk mengekspresikan ide dan mewujudkannya.. (Nimpuno, 2015) 6. Penulis meninjau majalah "DESAIN WEBSITE UNTUK MEDIA PROMOSI GRACEADORABLE milik Dwi Andika Said. Jurnal ini menceritakan sejarah Graceadorable, perusahaan pakaian yang berkantor pusat di Mojosoongo, Surakarta. Graceadorable belum memiliki situs web di mana produknya dijual. (Said, 2021) 2.2 Cetak Saring Sablon atau sering juga disebut dengan sablon adalah suatu metode pencetakan dimana gambar atau teks dicetak pada berbagai bahan seperti kertas, kain, kaca, atau plastik dengan cara menekan tinta melalui kain berpori dengan pola yang telah ditentukan. Menggunakan layar yang sering kali terbuat dari sutra, nilon, atau poliester, stensil dibuat selama prosedur ini, sehingga tinta hanya mengalir melalui bagian yang tidak tercakup oleh stensil.. (Y. Wardhana, 2020). 7 2.2.1 Bahan dalam Cetak Saring Untuk menghasilkan cetakan berkualitas tinggi, sablon, juga dikenal sebagai teknik cetak saring, memerlukan sejumlah bahan. (D. Suryadi, 2020). Berikut adalah bahan-bahan utama yang digunakan untuk cetak saring dan peran mereka:

1. Layar (Screen) Screen dalam cetak saring berguna untuk mentransfer gambar ke media seperti kaos. Material ini biasanya terbuat dari sutra, nilon, atau poliester.
2. Bingkai (Frame) Frame dalam cetak saring biasanya digunakan untuk merentangkan layar dan menahannya dengan kencang selama proses pencetakan.
3. Emulsi (Emulsion) Emulsi atau yang dikenal obat afdruk adalah cairan pengeras untuk screen. Ketika terkena cahaya, emulsi mengeras dan bagian yang tidak terkena cahaya tetap lunak dan dapat dicuci.
4. Raket (Squeegee) Raket digunakan untuk menekan tinta melalui layar dan mentransfernya ke media cetak. Material pada raket ini biasanya terbuat dari kayu atau plastik dengan bilah karet.
5. Tinta (Ink) Tinta digunakan untuk mencetak desain pada media. Jenis tinta yang dipilih tergantung pada jenis media dan hasil akhir yang diinginkan. Ada beberapa jenis tinta seperti tinta plastisol, tinta air, atau tinta discharge.
6. Bahan Pelarut dan Pembersih Digunakan untuk membersihkan layar dan menghapus emulsi setelah

pencetakan selesai sehingga layar bisa digunakan kembali. 7. Media Cetak 8 Media tempat desain dicetak. Pemilihan media tergantung pada tujuan akhir dari produk cetakan. Ada beberapa material dalam media cetak seperti kain, kertas, dan plastik. 2.2.2 Peralatan Cetak Saring Dalam proses sablon atau cetak saring, berbagai peralatan digunakan untuk mendapatkan hasil cetakan yang berkualitas.. (R. Aditya, 2021). Beberapa peralatan utama yang digunakan dalam cetak saring, bersama dengan penjelasan detailnya, adalah sebagai berikut: 1. Layar (Screen) Screen dalam cetak saring berguna untuk mentransfer gambar ke media seperti kaos. Material ini biasanya terbuat dari sutra, nilon, atau poliester. 2. Bingkai (Frame) Frame dalam cetak saring biasanya digunakan untuk merentangkan layar dan menahannya dengan kencang selama proses pencetakan. 3. Emulsi (Emulsion) Emulsi atau yang dikenal obat afdruck adalah cairan pengeras untuk screen. Ketika terkena cahaya, emulsi mengeras dan bagian yang tidak terkena cahaya tetap lunak dan dapat dicuci. 4. Raket (Squeegee) Raket digunakan untuk menekan tinta melalui layar dan mentransfernya ke media cetak. Material pada raket ini biasanya terbuat dari kayu atau plastik dengan bilah karet. 5. Tinta (Ink) Tinta digunakan untuk mencetak desain pada media. Jenis tinta yang dipilih tergantung pada jenis media dan hasil akhir yang diinginkan. 9 Ada beberapa jenis tinta seperti tinta plastisol, tinta air, atau tinta discharge. 6. Bahan Pelarut dan Pembersih Digunakan untuk membersihkan layar dan menghapus emulsi setelah pencetakan selesai sehingga layar bisa digunakan kembali. 7. Media Cetak Media tempat desain dicetak. Pemilihan media tergantung pada tujuan akhir dari produk cetakan. Ada beberapa material dalam media cetak seperti kain, kertas, dan plastik. 8. Meja Cetak Meja cetak dengan permukaan datar digunakan untuk menempatkan media cetak di bawah layar. 9. Drying Rack Rak pengeringan digunakan untuk menempatkan media cetak hingga tinta mengering. 2.2.3 Pemasaran dalam Cetak Saring Bisnis cetak saring, atau sablon, membutuhkan strategi pemasaran yang sistematis untuk

menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Untuk memasarkan bisnis cetak saring, berikut adalah langkah-langkah khusus yang dapat Anda ambil: 1. Identifikasi Target Pasar - Analisis Pasar: Kenali siapa yang membutuhkan layanan cetak saring, misalnya perusahaan, sekolah, organisasi, atau individu. - Segmentasi Pasar: Kelompokkan target pasar berdasarkan kebutuhan, lokasi, demografi, dan perilaku. 2. Pembuatan Portofolio 1 - Desain Portofolio: Buat portofolio yang menampilkan hasil karya terbaik. Sertakan gambar-gambar berkualitas tinggi dari produk yang telah dicetak. - Testimoni Pelanggan: Tambahkan testimoni dari pelanggan yang puas untuk membangun kredibilitas. 3. Membangun Brand - Nama dan Logo: Pilih nama dan logo yang mudah diingat dan mencerminkan bisnis Anda. - Tagline : Buat tagline yang menarik dan mudah diingat untuk memperkuat brand identity 4. Pemasaran Digital - Website: Membuat website profesional yang memuat informasi lengkap tentang layanan, portofolio, harga, dan kontak. - SEO (Search Engine Optimization): Mengoptimalkan situs web agar mesin pencari mudah menemukannya. - Media Sosial: Manfaatkan platform seperti Instagram dan Tiktok untuk mempromosikan produk, berbagi portofolio, dan berhubungan dengan pelanggan. 5. Pemasaran Konten - Video: Buat video tutorial atau behind-the-scenes tentang proses cetak saring untuk menarik audiens. 6. Penawaran Khusus dan Promosi - Diskon dan Paket: Tawarkan diskon untuk pesanan pertama atau paket promosi untuk pesanan dalam jumlah besar. - Referral Program: Berikan insentif kepada pelanggan yang mereferensikan layanan Anda kepada orang lain. 7. Jaringan dan Kemitraan 11 - Kolaborasi: Bekerja sama dengan desainer grafis, fotografer, atau agen pemasaran untuk saling mempromosikan. - Keanggotaan Komunitas: Bergabung dengan komunitas bisnis atau industri untuk memperluas jaringan dan mendapatkan peluang bisnis baru. 2.2.4 E-Commerce Perdagangan elektronik, juga disebut sebagai e-commerce, adalah proses pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui internet. 10 Ini mencakup berbagai aktivitas bisnis yang dilakukan secara online, seperti

pemasaran, penjualan, pembayaran, dan layanan pelanggan. E-commerce menggunakan teknologi digital seperti website, aplikasi mobile, email, dan media sosial untuk memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli. (H. Santoso, 2019). Berikut adalah macam macam e-commerce 1. Business to Consumer (B2C) Perdagangan antara perusahaan dan pelanggan akhir, seperti Amazon dan Tokopedia 2. Business to Business (B2B) Perdagangan antara dua perusahaan (misalnya, Alibaba dan Indotrading). 3. Consumer to Consumer (C2C) Perdagangan antara pelanggan biasanya dilakukan melalui platform pihak ketiga, seperti eBay dan OLX. 4. Consumer to Business (C2B) Konsumen menawarkan barang atau jasa kepada perusahaan. Contohnya adalah platform freelance seperti Upwork. Berikut adalah manfaat dari E-commerce: 1.

13 Akses ke pasar global E-commerce memungkinkan bisnis menjangkau pelanggan yang berada di seluruh dunia, tanpa terbatas pada lokasi geografis. 12 2.

Biaya Operasional Rendah Mengurangi biaya yang terkait dengan toko fisik seperti sewa, utilitas, dan staf 3. Kenyamanan dan Kemudahan Melalui perangkat digital, pelanggan dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja mereka mau. 4. Personalisasi Menggunakan data pelanggan untuk menawarkan produk dan promosi yang dipersonalisasi. 5. Analisis Data Memungkinkan bisnis untuk melacak dan menganalisis perilaku pelanggan, penjualan, dan tren pasar. 2.2.5 Promosi dalam E-Commerce Strategi dan taktik promosi dalam e-commerce digunakan oleh bisnis online untuk menarik perhatian pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun loyalitas merek. Promosi ini mencakup berbagai kegiatan pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk menjangkau target audiens secara lebih efisien. (A. Wirawan, 2020). Ada beberapa macam jenis promosi dalam e-commerce 1. Diskon dan Penawaran Khusus - Diskon Persentase: Potongan harga dalam bentuk persentase, misalnya diskon 20%. - Penawaran Beli 1 Gratis 1: Promosi di mana pelanggan mendapatkan produk tambahan secara gratis setelah membeli produk tertentu. - Kode Promo dan Kupon: Kode atau kupon yang dapat digunakan untuk mendapatkan diskon khusus saat checkout. 2. Iklan Digital 13 - PPC

(Pay-Per-Click): Iklan yang dikenakan biaya kepada advertiser setiap kali iklan diklik, seperti Google Ads. - Iklan Media Sosial: Iklan yang dipasang di situs jejaring sosial seperti Tiktok dan Instagram, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. 3. Pemasaran Konten - Video: Konten video yang menarik seperti tutorial produk, ulasan, dan testimonial pelanggan. 4. Email Marketing - Newsletter: Email berkala yang dikirimkan kepada pelanggan untuk memberikan informasi terbaru tentang produk, promosi, dan berita perusahaan. - Email Otomatis: Email yang dikirimkan secara otomatis berdasarkan tindakan pelanggan, seperti email selamat datang atau pengingat keranjang belanja yang ditinggalkan. 5. Optimasi Mesin Pencari (SEO) - Konten yang Dioptimalkan: Membuat konten yang relevan dan berkualitas tinggi dengan kata kunci yang sering dicari untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari. - Link Building: Memperoleh tautan dari situs web lain untuk meningkatkan otoritas dan peringkat situs web di mesin pencari. 6. Program Loyalitas - Poin Hadiah: Memberikan poin kepada pelanggan untuk setiap pembelian yang dapat ditukarkan dengan produk atau diskon di masa mendatang. - Program Keanggotaan: Program yang memberikan manfaat eksklusif kepada anggota seperti diskon tambahan atau akses awal ke produk baru. 7. Influencer Marketing 14 - Kerjasama dengan Influencer: Menggunakan pengaruh orang yang memiliki pengikut besar di media sosial untuk mempromosikan produk. 8. Analisis Data dan Personalisasi - Penggunaan Data Pelanggan: Menggunakan data pelanggan untuk membuat promosi yang dipersonalisasi berdasarkan perilaku belanja dan preferensi mereka. - Rekomendasi Produk: Menawarkan rekomendasi produk yang relevan kepada pelanggan berdasarkan riwayat penelusuran dan pembelian mereka.

2.3 Perancangan website

2.3.1 Susunan awal perancangan desain website

Dalam perancangan website terdapat beberapa proses yang harus dilakukan meliputi brainstorming, Konsep, dan visualisasi. a) Brainstorming

Brainstorming adalah teknik kreatif untuk menghasilkan ide-ide atau solusi baru dalam kelompok. Metode ini bertujuan untuk mendorong

partisipasi semua anggota dengan mengumpulkan berbagai ide tanpa kritik atau penilaian di tahap awal. Tujuan utama brainstorming adalah merangsang pemikiran kreatif dan memanfaatkan kontribusi kolektif kelompok untuk memecahkan masalah atau menciptakan konsep inovatif. (Yulianti, 2019).

b) Konsep Konsep adalah gagasan atau ide umum yang merepresentasikan kategori atau klasifikasi tertentu dan sering digunakan untuk memahami, mengatur, dan mengkomunikasikan informasi. Dalam berbagai bidang, konsep membantu membentuk pemikiran, menyusun teori, serta mengembangkan model. (R. Subroto, 2021).

15 c) Visualisasi Visualisasi adalah alat yang kuat yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai tujuan. Dengan memanfaatkan visualisasi secara efektif, Anda dapat menyampaikan informasi secara lebih efisien dan efektif, meningkatkan pemahaman tentang data atau informasi, meningkatkan daya ingat, menarik perhatian, dan menstimulasi kreativitas.

2.3.2 Prinsip Desain

Prinsip Desain adalah prinsip-prinsip dasar desain yang dapat digunakan untuk menciptakan desain yang baik. Beberapa desain principles yang umum digunakan dalam merancang website adalah: - Kesederhanaan - Kejelasan - Konsistensi - Visibilitas - Keterjangkauan - Ulasan - Toleransi Kesalahan - Mudah dipelajari

2.3.3 Desain User Interface

Desain user interface pada website adalah proses pembuatan antarmuka yang memfokuskan pada penampilan dan interaksi pengguna dengan situs web. Tujuannya adalah untuk memperbaiki pengalaman pengguna dengan memastikan bahwa elemen-elemen di dalam website dapat digunakan dengan mudah dan intuitif. (Garrett, 2002). Berikut adalah beberapa aspek penting dalam desain user pada website :

1. Kegunaan (Usability): Seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan menggunakan fitur-fitur di dalam website
2. Keterjangkauan (Accessibility): Seberapa mudah internet dapat diakses oleh semua orang, termasuk orang dengan keterbatasan.
3. Visual Hierarchy: Pengaturan elemen di halaman web untuk memudahkan pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan
4. Konsistensi: Menggunakan gaya dan tata letak yang konsisten di seluruh halaman web untuk memudahkan navigasi dan penggunaan.

5. Feedback: Memberikan umpan balik visual atau interaktif kepada pengguna saat mereka berinteraksi dengan elemen-elemen di website , seperti tombol atau formulir.

2.3.4 Warna

Warna adalah komponen penting dalam desain web yang mempengaruhi keindahan visual, keterbacaan konten, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Warna dapat digunakan untuk menarik perhatian dan menonjolkan informasi. (Lidwell, 2003). Berikut adalah beberapa cara warna digunakan dalam desain web:

1. Menciptakan Emosi dan Suasana: Warna tertentu dapat memicu respon emosional; misalnya, biru dapat menimbulkan rasa tenang, sementara merah dapat meningkatkan energi dan urgensi.
- 14 2. Meningkatkan Keterbacaan: Kontras warna antara teks dan latar belakang dapat meningkatkan keterbacaan dan aksesibilitas.
3. Memfasilitasi Navigasi: Warna dapat digunakan untuk mengelompokkan konten, menyoroti elemen navigasi, dan memberikan petunjuk visual kepada pengguna.
4. Memperkuat Brand Identity: Warna yang konsisten dengan brand guidelines membantu menciptakan identitas visual yang kohesif dan mudah dikenali.

2.3.5 Ikon

Ikon dalam website adalah representasi visual atau grafis kecil yang digunakan untuk menyampaikan makna atau fungsi tertentu dengan cara yang cepat dan mudah dipahami. Penggunaan ikon dapat menggantikan teks untuk menghemat ruang dan meningkatkan daya tarik visual halaman web. Ini adalah elemen grafis kecil yang digunakan untuk mewakili fungsi, tindakan, atau konten tertentu secara langsung dan mudah dipahami. Ikon membantu pengguna dalam navigasi dan interaksi dengan situs web tanpa memerlukan banyak penjelasan teks. (F. Ardiansyah, 2022). Berikut adalah beberapa fungsi ikon dalam desain web:

1. Navigasi: Ikon membantu pengguna menemukan fitur atau halaman tertentu dengan lebih cepat.
2. Keterbacaan: Ikon dapat menggantikan teks atau menambah teks untuk memperjelas fungsi atau informasi.
3. Daya Tarik Visual: Ikon memperindah tampilan dan meningkatkan estetika keseluruhan website.
4. Menghemat Ruang: Ikon memungkinkan desain yang lebih ringkas dan efisien dengan menggantikan teks panjang. Ikon pada website dapat dibagi menjadi beberapa jenis

berdasarkan gaya desain dan fungsinya. 5 Berikut adalah beberapa jenis ikon yang umum digunakan:

1. Outline Icons : Ikon yang hanya terdiri dari garis luar tanpa isi, memberikan tampilan yang bersih dan minimalis. Contoh: ikon pencarian yang hanya berupa garis berbentuk kaca pembesar.
2. Filled Icons : Ikon yang diisi penuh dengan warna solid, memberikan tampilan yang lebih menonjol dan berani. Contoh: ikon beranda yang diisi penuh dengan warna.
3. Flat Icons : Ikon yang menggunakan warna solid tanpa bayangan atau gradien, sering digunakan dalam desain yang modern dan sederhana.
4. Glyph Icons : Ikon yang sangat sederhana dan minimalis, sering digunakan dalam aplikasi mobile dan antarmuka pengguna yang membutuhkan ikon yang sangat kecil.
5. 3D Icons : Ikon yang menggunakan bayangan dan gradien untuk memberikan efek tiga dimensi, membuatnya terlihat lebih realistis.
6. Line Icons : Mirip dengan outline ikon, tetapi menggunakan garis yang lebih tebal atau lebih tipis sesuai dengan kebutuhan desain. Ikon sering digunakan dalam elemen navigasi, tombol, dan elemen interaktif lainnya untuk membantu pengguna memahami tindakan yang dapat dilakukan atau informasi yang disajikan. Ikon adalah elemen desain yang kerap ditemui dalam aplikasi, website, atau desain kemasan. Biasanya, ikon dibentuk dari bentuk-bentuk sederhana yang mewakili informasi tertentu. Penggunaan ikon yang sesuai menjadi kunci dalam meningkatkan fungsionalitas dan kualitas visual desain. Ikon membantu audiens memahami dan mempermudah pemahaman informasi yang disampaikan, sementara penggunaan yang tidak tepat dapat mengganggu pengalaman pengguna.

2.3.6 Layout

Layout pada website merujuk pada pengaturan elemen visual seperti teks, gambar, navigasi, dan elemen interaktif lainnya di halaman web. Layout yang efisien membantu pengguna untuk menemukan informasi dengan cepat, meningkatkan keterlibatan, serta memastikan pengalaman pengguna yang memuaskan.

Fungsi Layout pada desain web:

1. Meningkatkan Navigasi: Mempermudah pengguna menjelajahi situs.
2. Mempermudah Pemahaman Konten: Membantu pengguna memproses dan memahami informasi.
3. Meningkatkan

Estetika: Menambah daya tarik visual situs web. 4. Responsivitas:

Menjamin tampilan optimal di berbagai perangkat. Layout pada website dapat dibagi menjadi beberapa macam berdasarkan cara pengaturan elemen-elemen visual di halaman web. 5 8

Berikut adalah beberapa jenis layout yang umum digunakan dalam desain web: 19 1. Layout Statik (Fixed

Layout): Semua elemen memiliki ukuran tetap, tidak berubah saat layar diubah ukurannya. Biasanya menggunakan satu ukuran piksel untuk semua

elemen. 2. Layout Cair (Fluid Layout): Elemen-elemen menggunakan persentase dari lebar layar, sehingga ukuran elemen berubah sesuai

ukuran layar. 3. Layout Responsif (Responsive Layout): Menggunakan media queries untuk menyesuaikan tata letak elemen berdasarkan ukuran layar

perangkat, memastikan tampilan optimal di berbagai perangkat. 6 4. Layout Grid:

Menggunakan grid atau kolom untuk mengatur elemen- elemen dalam tata letak yang konsisten dan terstruktur. 5. Layout Berdasarkan Konten

(Content-based Layout): Tata letak yang diatur berdasarkan konten yang disajikan, sering digunakan dalam blog atau situs berita. 2.3.7 Grid

Sistem grid dalam desain web menggunakan baris dan kolom untuk menata elemen-elemen halaman. Grid layout membantu menciptakan struktur yang

konsisten dan rapi, memudahkan pengaturan dan akses konten. Dengan sistem grid , desainer dapat menyusun elemen secara proporsional dan

teratur, meningkatkan pengalaman pengguna. Grid pada website adalah sistem tata letak yang menggunakan kolom dan baris untuk mengatur

elemen-elemen halaman secara konsisten dan terstruktur. (R. Andriani, 2021). 5 8

Berikut adalah beberapa jenis grid yang umum digunakan dalam desain web: 1. Grid

Simetris (Symmetric Grid): Grid yang menggunakan kolom dan baris dengan ukuran yang sama, memberikan tampilan yang seimbang dan teratur. 2.

Grid Asimetris (Asymmetric Grid): Grid yang menggunakan kolom dan baris dengan ukuran yang berbeda, menciptakan tampilan yang lebih dinamis dan

menarik. 2 3. Grid Kolom Tunggal (Single Column Grid): Grid yang

hanya menggunakan satu kolom, sering digunakan untuk tata letak mobile atau halaman dengan konten linear. 4. Grid Kolom Ganda (Multi-Column

Grid): Grid yang menggunakan beberapa kolom, memungkinkan pengaturan

konten yang lebih kompleks dan fleksibel. 5. Grid Modular (Modular Grid): Grid yang membagi halaman menjadi modul-modul kecil, setiap modul memiliki ukuran yang sama, cocok untuk tata letak kartu atau galeri. 6. Grid Hierarkis (Hierarchical Grid): Grid yang tidak terikat

pada ukuran kolom dan baris yang tetap, memungkinkan elemen-elemen utama untuk lebih menonjol dibandingkan elemen lainnya. 2.3.8 Tipografi

Pemilihan font, ukuran huruf, spasi antar huruf (kerning), spasi antar kata (tracking), dan spasi antar baris adalah bagian dari tipografi

web desain. Tipografi harus mempertimbangkan aspek responsivitas untuk memastikan teks di web dapat dibaca dengan baik, menarik secara visual, dan menyampaikan pesan dengan efektif.. (S. Hidayat, 2020) 1.

Pemilihan Font : Font yang digunakan harus sesuai dengan tujuan dan audiens situs web.

2 Font serif biasanya digunakan untuk konten yang lebih formal, sementara sans-serif lebih cocok untuk desain yang modern dan bersih. 2. Ukuran

Huruf: Ukuran huruf yang tepat harus dipilih untuk memastikan keterbacaan. Biasanya, ukuran huruf untuk teks utama di web adalah antara 16-18 piksel. 3. Spasi Antar Huruf (Kerning): Menyesuaikan jarak

antara huruf- huruf individual untuk menciptakan teks yang lebih harmonis dan mudah dibaca. 4. Spasi Antar Kata (Tracking): Mengatur jarak antara kata-kata untuk meningkatkan keterbacaan keseluruhan

paragraph. 21 5. Spasi Antar Baris (Leading): Mengatur jarak vertikal antara baris teks untuk memastikan teks tidak terlihat terlalu padat atau terlalu longgar.

2 6. Hierarki Tipografi: Penggunaan ukuran dan gaya font yang berbeda untuk membedakan berbagai elemen teks seperti judul, subjudul, dan teks tubuh.

Ini membantu pengguna memahami struktur konten dan menemukan informasi dengan lebih cepat. 7. Responsivitas: Tipografi harus fleksibel dan dapat menyesuaikan diri dengan berbagai ukuran layar dan perangkat, memastikan teks tetap terbaca dan terstruktur dengan baik. 2.4 User

Centered Design Pendekatan desain berpusat pada pengguna (UCD) adalah

pendekatan desain yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. 7 Dalam bidang

sistem informasi, UCD merupakan komponen dari SDLC (System Development Life Cycle), sehingga aplikasi yang dikembangkan dengan metode ini dioptimalkan untuk memenuhi kebutuhan end-user. Aplikasi yang dibuat diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna sehingga pengguna tidak perlu mengubah perilaku mereka saat menggunakannya.. (Wijaya A. S., 2019)

2.5 Design Thinking

Jurnal ini mengutip artikel yang diterbitkan di website Telkom University yang menyatakan bahwa metode Design Thinking yang menekankan kerja sama antara desainer dan pengguna dengan mempertimbangkan pemikiran, perasaan, dan perilaku pengguna digunakan dalam perancangan situs web. Dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna, rancangan pikir adalah pendekatan strategis untuk perancangan. Memahami kebutuhan pengguna dengan memahami bentuk, hubungan, perilaku, interaksi, dan emosi manusia menghasilkan solusi terbaik. Proses pikiran desain terdiri dari lima tahap: empati, definisi, ideasi, prototipe, dan uji. Dengan memahami langkah-langkah ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah pengguna yang kompleks.

2.6 Riset Pemilihan metode penelitian dalam penelitian tugas akhir

didasarkan pada jenis penelitian dan pertanyaan yang akan diselidiki. Kuantitatif, eksperimen, kualitatif, dan campuran adalah beberapa metode penelitian yang paling umum digunakan. Metode kualitatif mengumpulkan data deskriptif selain perilaku yang diamati, tanpa memasukkan variabel atau hipotesis. (Rahmawati, 2023).

2.7 Kerangka Berpikir

BAB III METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematis Perancangan Design Thinking

adalah metodologi desain yang menawarkan pendekatan penyelesaian masalah berbasis solusi, menurut Interaction Design Foundation. 1 Ini sangat berguna dalam menangani masalah kompleks yang tidak jelas atau belum diketahui dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat, menyusun ulang masalah dengan cara yang berpusat pada manusia, dan menggunakan pendekatan langsung dalam pembuatan prototipe dan pengujian. Tidak perlu mengikuti semua lima tahap Design Thinking secara berurutan. Mereka dapat digunakan sebagai "mode"

yang berbeda untuk mempelajari tentang pengguna selama proyek atau untuk mengulangi masalah, ide, atau prototipe. (Foundation, Usability, 2023). Karena Nolbaz SPS belum memiliki website, pemilik hanya dapat melakukan penjualan melalui toko offline. Oleh karena itu, desain website ini dirancang. Nolbaz SPS belum memiliki platform penjualan online. Namun, media penjualan website memiliki keuntungan yang lebih besar daripada media lainnya seperti brosur, poster, dan media cetak lainnya dalam hal harga dan kecepatan penyebaran informasi. Selain itu, memanfaatkan platform sosial media Nolbaz, terutama feeds Instagramnya yang tidak begitu menarik, memotivasi untuk merancang desain web yang menarik dan profesional untuk meningkatkan kesadaran merek.

3.2 Metode Pencarian Data

Karena data utama akan diperoleh melalui wawancara dengan pemilik Nolbaz SPS, peneliti memilih metode pencarian data kualitatif. Peneliti melakukan wawancara yang mendalam untuk mendapatkan data yang akurat dan pemahaman tentang kebutuhan dan harapan mereka terhadap website Nolbaz SPS. Setelah itu peneliti akan mencari data lagi yang terdiri dari jurnal dan buku serta wawancara dengan pengguna e-commerce. Wawancara ini akan membantu peneliti mencari 24 data yang lebih akurat serta wawasan yang lebih luas tentang perancangan website Nolbaz SPS. Dengan adanya pencarian data peneliti berharap dapat merancang User Interface (UI) website Nolbaz SPS sesuai dengan kebutuhan Nolbaz SPS serta menjadi media penjualan alat sablon dengan jangkauan yang lebih luas.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Analisis Data

Pembandingan Peneliti melakukan analisis website Cititex yang dapat diuraikan sebagai berikut: Gambar 3.3 Website Cititex

Isi Analisa
25 Layout Halaman depan memiliki layout yang sangat sederhana. Menu halaman terletak di tengah, Menu login terletak di sebelah kanan dan logo di sebelah kiri. Pada layout tersebut semuanya berada di tengah dan diikuti oleh bahasa. Warna Warna pada website cititex adalah warna monokrom. Cititex hanya menggunakan warna hitam dan abu abu. Font Font cititex menggunakan

font berjenis sans serif Informasi & Flow Cititex hanya menggunakan gambar untuk informasi produknya di halaman banner. Pada halaman custom desain, Cititex hanya menampilkan desainnya saja dan tidak bisa di klik

3.4 Lokasi Penelitian

Studi tugas akhir ini dilakukan di berbagai tempat untuk memenuhi kebutuhan data yang diperlukan untuk meningkatkan teknik pembuatan website yang optimal. Lokasi penelitian tersebut meliputi:

- a. Gramedia Bintaro Plaza Lantai 2 Plaza Bintaro Jaya, Jalan Bintaro Utama Sektor 3A, Desa Karya, Kecamatan Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15225. Untuk mempelajari teori perancangan UI untuk website, dilakukan pencarian literatur.
- b. Bintaro xchange CBD Bintaro Jaya, yang terletak di Jalan Sektor VII No.2 Blok O, Kelurahan Pd. Aren, Kota Tangerang, Banten 15227. Penelitian dilakukan di taman Bintaro Xchange melalui wawancara dengan Naufal Hasyim, seorang pengunjung. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pandangan pengguna situs web e-commerce.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan kebutuhan data seperti alasan pelanggan untuk membeli barang online, peneliti menggunakan beberapa metode berikut.

3.5.1 Wawancara

Wawancara ini dilaksanakan dengan seorang pengunjung. Tujuan wawancara adalah untuk menghimpun dan memperkuat data terkait pengamatan pengguna e-commerce. Melalui interaksi dengan pengguna e-commerce seperti Naufal Hasyim, peneliti memperoleh perspektif baru terkait solusi mengenai pengguna e-commerce, khususnya dari aspek pengalaman pengguna, yang dapat diimplementasikan dalam perancangan desain user interface pada website. Beberapa point penting yang menjadi pembahasan wawancara dengan Naufal Hasyim adalah sebagai berikut.

1. Apa yang dilakukan saat menggunakan situs web e-commerce?
2. Kenapa memilih website e-commerce untuk kebutuhan belanja?
3. Warna seperti apa yang akan di terapkan pada perancangan desain user interface pada website.

3.5.2 Analisis SWOT - Strength:

Adapun kekuatan dari perancangan desain user interface pada website Nolbaz SPS adalah sebagai berikut: -

Aksesibilitas: Melacak pembelian alat sablon melalui website yang memungkinkan pengguna melakukan pemantauan secara instan dan di mana saja. - Kenyamanan: User memiliki rasa aman saat mengakses website, dan juga merasa aman saat bertransaksi melalui website. 27 -

Variasi layanan: Tracker akan sangat membantu dalam melayani pengguna dalam melakukan pembelian. - Pelayanan pelanggan yang sangat cepat:

Pelanggan dapat mengandalkan tim layanan pelanggan yang ramah dan terampil untuk membantu mereka dengan masalah atau pertanyaan apa pun.

- Pengalaman Pengguna sangat baik: Antarmuka pengguna (UI) yang ramah dan navigasi yang mudah membuat pengalaman berbelanja menjadi lancar dan menyenangkan. - Weakness Dalam konteks ini, akan dibahas

kelemahan-kelemahan yang terdapat pada perancangan desain user interface pada website Nolbaz SPS. - Hanya berfokus pada penjual alat alat

sablon. - Persaingan yang Ketat. Persaingan yang tinggi dengan situs

e-commerce lain yang juga menawarkan layanan sablon dapat membuat

sulit untuk mempertahankan pangsa pasar. - Biaya Pengiriman yang

Tinggi. Biaya pengiriman yang tinggi untuk alat-alat berat seperti

cetakan dan mesin sablon dapat menambah biaya pembelian bagi pelanggan.

- Ketergantungan pada Supplier. Bergantung pada supplier untuk stok barang dapat menyebabkan masalah pasokan jika terjadi keterlambatan atau masalah produksi. - Opportunity Berikut adalah beberapa peluang yang

dapat diambil dari desain UI website Nolbaz: 28 - Meningkatnya daya tarik pengguna untuk mengakses website Nolbaz SPS - Meningkatkan brand

awareness Nolbaz SPS. - Menjangkau lebih jauh pengguna website Nolbaz SPS. - Kemitraan dengan Produsen atau Supplier. Bermitra langsung

dengan produsen atau supplier dapat membantu memperoleh akses ke produk baru dengan harga yang lebih baik. - Ekspansi Produk. Menambahkan

kategori produk baru atau jenis alat sablon yang lebih spesifik dapat membuka peluang untuk pertumbuhan bisnis. - Threat Berbagai ancaman

(threat) yang mungkin dibandingkan dengan perancangan desain user interface pada website "Nolbaz SPS" dapat diidentifikasi melalui evaluasi

i terhadap website Cititex. Berikut ini merupakan beberapa ancaman yang terkait dengan website Cititex. - Adanya pesaing dari website e-commerce penjualan lainnya. - Persaingan dari Kompetitor Baru. Dengan munculnya pesaing baru dengan produk yang lebih baik atau harga yang lebih rendah inovatif, pangsa pasar dapat terancam. - Perubahan Teknologi. Perubahan teknologi dalam industri sablon atau penciptaan alat-alat baru dapat memengaruhi permintaan produk dan memerlukan investasi tambahan dalam riset dan pengembangan.' 29 Gambar 3.5 Tabel SWOT 3 BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Konsep Karya Penulis berencana menghasilkan User interface Nolbaz yang berukuran 1440x1024 px, dan menambahkan fitur-fitur pada website Nolbaz seperti Fitur Produk yang berguna untuk mencari produk yang dicari oleh konsumen, dan juga fitur track yang berguna untuk melacak barang yang sudah dibeli dan juga fitur lainnya. Oleh karena itu, konsep karya sangat penting untuk desain website karena hanya dengan konsep ini desain dapat disusun dengan baik dan sesuai dengan tujuan desain, jadi perancangan harus dilakukan dan proses pembentukan konsep karya diperlukan. Konsep karya dari perancangan desain user interface pada website Nolbaz SPS mencakup berbagai fitur seperti fitur Product, Track, Contact, dan About. Desain Antarmuka pengguna website Nolbaz pada page home menggunakan icon dan juga gambar yang telah di gradasi, dengan menggunakan gradasi tersebut menambah nilai estetika pada website, dan ada icon dibagian atas yang berguna untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pencarian produk yang ingin dicari. Menurut data yang didapatkan oleh penulis, pengguna Ecommerce lebih memerlukan tampilan UI yang simpel dan jelas serta terlihat eye catching. Selain icon penulis menambahkan denah lokasi untuk langsung tersambung oleh google maps, jadi ketika pengguna mengklik alamat toko Nolbaz otomatis langsung beralih ke google maps. Sebelum mau melakukan transaksi, pengguna diwajibkan membuat akun terlebih dahulu, karena dengan membuat akun dapat lebih mudah terdeteksi identitas dan alamat pengguna. Fitur

pada product adalah fitur untuk mencari produk yang diinginkan oleh pengguna. Pada fitur Track, fitur track ini sendiri berguna untuk melacak pesanan pengguna, fitur track dapat ini mengurangi pencurian oleh kurir sehingga pengguna dapat memantau secara langsung. Fitur contact ini berguna untuk mengetahui informasi toko Nolbaz, alamat Nolbaz, dan sosial media Nolbaz. Pemilihan warna pada website Nolbaz adalah warna Casual, 31 karna warna kasual merupakan warna yang sangat cocok untuk digunakan pada website Nolbaz.

4.2 Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning - Segmentasi

Pada kerangka proyek tugas akhir ini, segmentasi dilakukan melalui pemecahan aspek-aspek tertentu, termasuk demografis, psikografis, dan status sosial. Dari segi demografis, pengguna yang ditargetkan oleh perancangan antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS" adalah remaja hingga dewasa yang berusia 20-50 tahun dengan gender laki-laki maupun perempuan. Para pelaku usaha sablon kesulitan untuk membeli alat sablon via online melalui website resmi khusus sablon. Pelaku usaha sablon ini cenderung membeli baranf melalui marketplace agar memudahkan dalam pembelian dengan jangkauan yang luas. Target pengguna dari segi status sosial adalah remaja hingga dewasa yang merupakan pelaku usaha sablon.

- Targeting

Berdasarkan sasarannya, desain antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS" ditujukan untuk kalangan remaja hingga dewasa atau pelaku usaha sablon dalam rentang usia produktif (20-50 tahun), terutama bagi mereka yang mengalami kesulitan untuk membeli alat sablon di "Nolbaz SPS" diluar kota maupun dalam kota

- Positioning

Perancangan antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS" bertindak sebagai upaya dalam melakukan pembelian alat sablon jarak jauh dengan jangkauan yang luas.

4.3 Analisa Model 5W+1H - What (Apa)

Penentuan fitur inti dalam perancangan antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS" seperti Home, Produk, dan Tracker, bertujuan untuk memudahkan para pelaku usaha sablon membeli alat sablon dengan jangkauan yang luas pada pelaku usaha sablon yang berusia 20-50 tahun.

32 - Who (Siapa)

Penelitian

ini mencakup identifikasi target utama perancangan antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS", yaitu pada pelaku usaha sablon dengan rentang usia 20-50 tahun, baik laki-laki ataupun perempuan. - When (Kapan) langkah-langkah atau alur pengerjaan proyek penelitian tugas akhir ini melibatkan serangkaian kegiatan, mulai dari pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, penyusunan proposal, hingga penyelesaian prototype - Why (Kenapa) Memberikan kemudahan kepada pelaku usaha sablon dalam membeli alat sablon jarak jauh dengan jangkauan yang luas. - Where (Dimana) Penentuan lokasi yang optimal untuk distribusi aplikasi akan disesuaikan dengan target yang telah ditetapkan, misalnya, dapat melibatkan area Tangerang, Tangerang Selatan, maupun diluar Tangerang dan Tangerang Selatan. - How (Bagaimana) Memudahkan pengguna dalam membeli alat sablon di Nolbaz tanpa harus pergi ke toko

4.4 Strategi Komunikasi

Komunikasi pemasaran adalah cara perusahaan memberi tahu, memikat, dan mengingatkan pelanggan tentang produk dan merek mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus, komunikasi pemasaran adalah "suara" perusahaan dan mereknya, dan menjadi cara bagi perusahaan untuk berbicara dan berinteraksi dengan pelanggan. (Fatimah, 2017) Strategi yang efektif dalam website penjualan alat sablon mencakup pemahaman yang mendalam tentang audiens target, penekanan pada nilai produk, 33 pemasaran konten yang kreatif, dan penggunaan media sosial serta email untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Agar pesan tersampaikan dibutuhkan strategi komunikasi yang dapat di mengerti dan dipahami oleh target, yaitu dengan menggunakan video motion. Pendekatan komunikasi ini bertujuan untuk memberikan informasi secara rinci agar pesan dapat tersampaikan oleh target. Dalam membuat strategi komunikasi dibutuhkan media pendukung dan media utama, karena dengan adanya media pendukung dan media utama membuat pesan tersampaikan oleh pengguna. Userflow pada website Nolbaz sebagai media utama karena berguna untuk menyampaikan pesan kepada pengguna supaya mengetahui langkah langkah pada halaman website dan menjelaskan semua

fitur pada website dari awal hingga akhir Media pendukung untuk mengarahkan ke media utama, media pendukung ini adalah strategi untuk menyampaikan informasi lewat sosial media agar pesan yang tersampaikan dengan jelas, selain itu memberikan merchandise kepada calon pengguna adalah strategi komunikasi yang efektif guna menyampaikan pesan secara langsung. Merchandise ini berupa totebag yang bergambar serta ada barcode untuk mengarahkan ke website Nolz SPS.

4.5 Strategi Media

Strategi media harus disesuaikan dengan tujuan marketing untuk mencapai tujuan strategi komunikasi Nolz. Target pemasaran adalah populasi umum, terutama orang dewasa berusia dua puluh hingga lima puluh tahun. **18** Berbagai strategi media dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek. Pemasangan iklan di jalan raya atau lokasi strategis lainnya serta postingan di media sosial untuk platform online adalah bagian dari pendekatan ini. Pra desain, desain, dan pasca desain adalah bagian dari strategi media yang akan digunakan untuk perancangan UI di website Nolz SPS.

34 Gambar 4.1 Tabel Timeline Perancangan UI website "Nolz SPS" - Pra Desain

Pra desain menjadi tahap utama dalam memperkenalkan UI Website pada umumnya. Pada tahap ini peneliti akan memfokuskan pada beberapa aspek, yaitu kebutuhan pengguna, analisis kompetitor, dan riset desain. Dengan melakukan riset, diharapkan Perancangan UI Website Nolz SPS ini dapat menjawab kebutuhan pengguna. Selain melakukan riset peneliti juga akan brainstorming, brainstorming ini sangatlah penting dalam merancang sebuah desain website . Pembentukan konsep yang akan implementasikan oleh peneliti guna menentukan fitur utama yang akan dimasukkan ke website Setelah brainstorming peneliti juga melakukan wireframing. Wireframing ini yang akan dibuat sketsa kasar tata letak halaman web untuk menentukan struktur dasar. - Desain Desain ini akan menjadi implementasi dari perancangan userinterface website "Nolz SPS". Pada desain ini akan memfokuskan beberapa aspek, yaitu 1. Desain visual Pembuatan Mockup. **6** Membuat mockup halaman web dengan menggunakan alat desain grafis seperti Adobe

XD, Sketch, atau Figma. Pemilihan warna dan tipografi. Menentukan skema warna dan tipografi yang sesuai dengan branding dan estetika. Pembuatan elemen visual. Mendesain elemen visual seperti ikon, gambar, dan yang mendukung konten website . 35 2. Desain Interaktif Menggunakan alat prototyping untuk membuat model interaktif dari desain yang memungkinkan pengujian navigasi dan pengalaman pengguna. 3. Uji Pengguna Melakukan uji coba dengan pengguna sebenarnya untuk mendapatkan umpan balik terkait desain dan pengalaman pengguna. 4. Revisi Melakukan perbaikan dan penyempurnaan desain berdasarkan umpan balik dari pengujian pengguna.

- Pasca Desain Setelah pembuatan desain dan testing pengguna, langkah selanjutnya akan di implementasikan lagi berdasarkan hasil uji coba dan umpan balik dari pengguna. Setelah itu peneliti melakukan uji coba kinerja dan keamanan website untuk memastikan website berfungsi dengan baik, cepat diakses, dan aman dari ancaman keamanan. Peluncuran Website ke server live dan memastikan semua aspek berfungsi dengan baik, dan yang terakhir memantau kinerja website secara terus-menerus dan melakukan pembaruan serta perbaikan yang diperlukan.

4.6 Konsep Kreatif Dalam perancangan website Nolbaz ini, website menggunakan gaya desain Minimalis modern dan elemen visual yang minim. Dengan menggunakan gaya desain ini tujuannya adalah untuk memberikan visual yang eye catching. Dengan menggunakan gaya desain minimalis modern sangat lebih diminati antara pengguna dan target audiens. Karena dari data user e-commerce dari wawancara penulis gaya desain tersebut sangat dibutuhkan oleh pengguna.

- Homepage 36 Ketika membuka Perancangan website “Nolbaz SPS”, pertama para pengguna akan langsung bisa melihat produk serta penjelasan dari setiap halaman website . Gambar 4.6. Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian Halaman awal - Login Setelah berada di halaman awal, para pengguna akan memasuki halaman login jika para pengguna ingin membeli produk, sebelum itu pengguna harus mendaftar terlebih dahulu sebagai syarat untuk membeli produk. 37 Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian Login & Daftar - Product

Setelah berada di halaman awal, para pengguna bisa untuk mengakses halaman produk tanpa login, halaman produk ini menampilkan gambar produk sesuai dengan kategori yang dipilih. 38 Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian produk - Tracking Setelah pengguna membeli produk, para pengguna bisa untuk melacak pesanan, halaman ini menampilkan lokasi pesanan dan list order. 39 Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian Tracking - Detail Produk Sebelum pengguna membeli produk, para pengguna bisa melihat detail produk yang akan dibeli, halaman ini berguna untuk menginformasikan spesifikasi jenis produk sebelum pengguna membelinya. 40 Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian Detail produk - Contact Pada halaman kontak ini para pengguna bisa melakukan kritik dan masukan, serta memberikan informasi mengenai alamat toko, email, dan kontak toko. 41 Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian Contact - About Pada halaman About ini para pengguna bisa melihat informasi sejarah toko, serta memberikan informasi mengenai alamat toko, email, dan kontak toko. Gambar 4.6 Sketsa Wireframe website dekstop dan mobile Bagian About 42

4.7 Konsep Visual

Pada perancangan website Nolbaz, konsep visual merupakan bagian terpenting. Konsep Visual merupakan gambaran mengenai rancangan yang akan dibuat dalam bentuk website . Warna, Typography, dan layout serta aset gambar dan icon yang akan dipakai dalam rancangan website Nolbaz. Dari data yang didapat oleh penulis, user memerlukan gaya visual pada perancangan desain user interface pada website Nolbaz yang sangat friendly yaitu dengan menggunakan gaya visual minimalis modern.

- Tampilan yang minimalis Secara umum, perancangan user interface website Nolbaz SPS menggunakan desain yang minimalis, dengan penambahan ilustrasi sebagai penunjang dan penegasan konsep utama dari website .

Pemilihan tema dan tampilan yang simpel, diharapkan dapat mempermudah memahami pesan dan pencapaian target pada perancangan website ini.

Gambar 4.7 Referensi tampilan perancangan ui website 43 - Font yang

tegas Dalam perancangan ui website ini, penekanan pada penggunaan font sans serif menjadi fokus utama. Pemilihan Font ini sangat penting, karena memiliki pengaruh besar pada desain keseluruhan dan kesan yang di timbulkan oleh website . Gambar 4.7 List font yang akan digunakan dalam perancangan UI website - Ikon yang minimalis Dalam perancangan ui website ini, di usulkan pada penggunaan ikon sebagai elemen visual pendukung untuk menambah daya tarik pengguna. 44 Gambar 4.7 ikon yang digunakan dalam perancangan UI website 4.8 Konsep Verbal Konsep verbal adalah gaya komunikasi yang disampaikan kepada target audiens yang sudah di tentukan. Perancangan informasi ini perlu adanya penggabungan bahasa yang baku dan tidak baku. Menurut data yang didapatkan oleh penulis penggabungan antara bahasa baku dan tidak baku bertujuan untuk memudahkan pengguna memahami informasi secara detail. 45 Ada 2 jenis font yang penulis gunakan untuk merancang sebuah website nolbaz, yaitu untuk heading menggunakan “Poppins” dan untuk body text menggunakan “Montserrat” 4.9 Alur Interaksi Perancangan UI Website Perancangan user interface website bertujuan sebagai media penjualan alat sablon. Alur interaksi dari perancangan UI Website “Nolbaz SPS” sebagai berikut: Homepage: - Pengguna akan berada di halaman homepage terlebih dahulu - Pengguna bisa mengakses semua halaman - Pengguna bisa melihat semua informasi toko - Pengguna bisa melihat detail produk terlebih dahulu sebelum membelinya Menu Login: - Jika memilih login, pengguna perlu memasuki email dan password, yang telah terdaftar, setelah itu klik tombol log in - Jika memilih sign up, pengguna perlu memasuki email dan password baru untuk mendaftarkan akun, setelah itu klik tombol sign up Menu Produk: - Pengguna bisa mengakses berbagai macam produk - Pengguna bisa mengecek detail produk sebelum membeli Menu Tracking: - Pengguna bisa mengetahui produk yang dibeli - Pengguna bisa melihat list order Menu Kontak: - Pengguna bisa mengetahui informasi kontak toko 46 Menu About: - Pengguna bisa mengetahui sejarah toko - Pengguna bisa mengetahui informasi toko 4.10

Sitemap Peneliti menggunakan sitemap untuk representasi visual dari struktur website. Website ini membantu para pengguna untuk menavigasi halaman website Gambar 4.10 Sitemap perancangan UI website Nolbaz SPS 47

4.11 Data Persona Tabel 4.11 Data persona perancangan UI website Nama Naufal Hasyim Demografi ☒ Usia: 35 tahun ☒ Jenis Kelamin: Laki-laki ☒ Lokasi: Jakarta, Indonesia ☒ Pekerjaan: Pemilik Usaha Sablon Kaos ☒ Pendidikan: Sarjana Ekonomi ☒ Penghasilan: Rp 15.000.000 per bulan Psikografi ☒ Minat: Desain grafis, fashion, bisnis kecil-kecilan ☒ Hobi: Menggambar, bermain game, membaca buku tentang bisnis ☒ Nilai : Kualitas, keandalan, inovasi Kebutuhan ☒ Alat sablon berkualitas tinggi ☒ Tutorial dan panduan penggunaan alat sablon ☒ Sumber inspirasi desain kaos ☒ Dukungan pelanggan yang responsif Perilaku Online ☒ Sering mencari informasi di Google ☒ Aktif di media sosial (Instagram, Facebook) ☒ Mengikuti komunitas dan forum bisnis kecil-menengah Tujuan ☒ Meningkatkan kualitas hasil sablon ☒ Mengembangkan bisnis sablon kaosnya ☒ Meningkatkan efisiensi operasional melalui teknologi

4.12 Prototype Desain Peneliti membuat prototype desain untuk menguji website Nolbaz SPS sebelum memasuki tahapan selanjutnya. Berikut adalah link prototype pada website Nolbaz SPS: <https://bit.ly/4cxAQBL> 48

Gambar 4.12 Prototype perancangan UI website Nolbaz SPS 4.13 Moodboard Gambar 4.13 Prototype perancangan UI website Nolbaz SPS 49

4.14 Media pendukung Peneliti membuat media pendukung untuk mempromosikan website Nolbaz SPS ke pelanggan. Media pendukung ini dipakai untuk meningkatkan brand awareness. Karena pelanggan yang menerima dan menggunakan merchandise tersebut akan menjadi iklan berjalan yang berguna untuk menarik perhatian orang lain 51

Gambar 4.14 Prototype perancangan UI website Nolbaz SPS 4.15 Final Art Barcode Final Art 52

Gambar 4.15 Barcode Hasil Karya Berikut adalah Barcode yang bisa di scan untuk langsung pergi ke halaman figma yang berupa link prototype yang bisa dipakai dan dilihat secara (Interactive) dalam arti bisa langsung diklik untuk langsung dirasakan experience dari interface itu sendiri

yang akan terasa secara interactive bagaimana UI itu bisa bekerja. Bisa dilihat juga bagaimana dari design yang sangat simple bisa mempermudah user untuk memakai website tersebut dengan mudah dan simple

53 BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Evolusi teknologi yang pesat telah membuat konsep penjualan online sangat menguntungkan di zaman sekarang karena membuatnya mudah bagi orang lain. Penjualan online melalui website, misalnya, dapat menjadi alat penjualan dan profil perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan kemampuan internet. Penelitian menemukan bahwa masalah utama adalah menjual barang baru. 4 9 Oleh karena itu, penelitian langsung dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan studi pustaka untuk mengumpulkan data. Hasilnya menunjukkan bahwa orang perlu memperbaiki masalah saat ini. Bisnis Nolbaz SPS menjual alat sablon seperti layar, rakel, dan tinta sablon. Mereka juga membuat laporan pemesanan dan penjualan, tetapi sistem transaksi penjualan alat sablon masih konvensional, sehingga data dapat hilang. Oleh karena itu, diperlukan media penyimpanan yang kuat dan website yang dikelola dengan baik. 5.2 Saran Penelitian yang berkualitas tinggi adalah penelitian yang dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan. Setelah penelitian dan proyek tugas akhir perancangan antarmuka pengguna (UI) website "Nolbaz SPS" selesai, ada beberapa saran yang dibuat.



REPORT #22030909

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.53% medium.com	●
	https://medium.com/@murnitelaumbanua98/5-tahap-design-thinking-menurut...	
INTERNET SOURCE		
2.	0.49% upgraded.id	●
	https://upgraded.id/tipografi-dalam-desain-grafis	
INTERNET SOURCE		
3.	0.45% id.wikipedia.org	●
	https://id.wikipedia.org/wiki/Sablon	
INTERNET SOURCE		
4.	0.44% www.academia.edu	●
	https://www.academia.edu/105703315/Desain_Identitas_Visual_Coffee_War	
INTERNET SOURCE		
5.	0.38% inkmateindonesia.com	●
	https://inkmateindonesia.com/2023/03/22/jenis-jenis-tinta-printer/	
INTERNET SOURCE		
6.	0.37% www.liputan6.com	●
	https://www.liputan6.com/hot/read/5259936/mockup-adalah-representasi-visu...	
INTERNET SOURCE		
7.	0.35% ojs.unud.ac.id	●
	https://ojs.unud.ac.id/index.php/jnatie/article/download/92605/47065	
INTERNET SOURCE		
8.	0.28% mdmedia.co.id	●
	https://mdmedia.co.id/index.php/whats-up/112/artikel/media-planning-penger...	
INTERNET SOURCE		
9.	0.26% ejurnal.ars.ac.id	●
	https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jti/article/view/1043	



REPORT #22030909

INTERNET SOURCE		
10. 0.25%	deriota.com https://deriota.com/news/read/1128/mengenal-apa-itu-e-commerce-dan-jenis-...	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.25%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55501/1/DELTA%20...	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.23%	stafdaily.wordpress.com https://stafdaily.wordpress.com/konveksi-dan-sablon/	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.23%	www.divasoft.net https://www.divasoft.net/blog/10-keuntungan-memiliki-website-yang-banyak-p...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.21%	dibimbing.id https://dibimbing.id/blog/detail/yuk-belajar-memanfaatkan-psikologi-warna-da..	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.2%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/22297/1/lhda%20Tyan%20Norfalsifa%20Lathi...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.19%	rama.unimal.ac.id https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/691/5/M%20David%20Khalid_170180080_Ap..	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.18%	www.academia.edu https://www.academia.edu/102675908/ANALISIS_LOGO_PARIWISATA_KABUPAT...	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.16%	toffeeev.com https://toffeeev.com/blog/digital-marketing/contoh-promosi-diskon/	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.1%	e-journal.uingusdur.ac.id https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/download/1817/1746/13654	●