

## PERANCANGAN PURWARUPA SISTEM PEMBUAT MEDIA OLAH PESAN ROBOTIK BERBASIS VISUAL

### *DESIGNING A PROTOTYPE FOR VISUAL BASED CHATBOT CREATOR*

Maulanatazqi Nuraulia Soffian, Andreas Rio Adriyanto, SE.,M.Eng

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

[maulanatazqi@gmail.com](mailto:maulanatazqi@gmail.com), [rioadriyanto@gmail.com](mailto:rioadriyanto@gmail.com)

---

#### Abstrak

Vutura sebagai salah satu Amoeba (Internal Startup Telkom) yang berada di bidang teknologi komunikasi mengusung sebuah inovasi pembuatan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual. Dengan menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual, membangun media olah pesan robotik tidak lagi memerlukan kemampuan pemrograman, sehingga siapapun dapat membuat media olah pesan robotik sendiri. Menghasilkan sebuah proses kompleks dalam pembuatan media olah pesan robotik menjadi sesuatu yang sederhana dan mudah digunakan bukanlah hal yang mudah. Untuk tujuan proses pemahaman yang baik bagi pengguna diperlukan sebuah desain antarmuka atau user interface yang dapat mengubah proses kompleks tersebut menjadi interaksi visual yang dapat dimengerti pengguna awam. Selain itu, perlu diperhatikan juga pengalaman pengguna atau user experience untuk membantu pengguna awam tersebut menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual tersebut secara lebih nyaman. Oleh sebab itu, peneliti mengambil tema Tugas Akhir mengenai desain *user interface* dan *user experience* dalam merancang purwarupa sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual yang mudah digunakan oleh siapapun. Purwarupa ini nantinya akan ditujukan sebagai medium pengguna dalam membuat media olah pesan robotik mereka sendiri dengan memperhatikan *user interface* maupun *user experience* yang baik.

**Kata Kunci:** Purwarupa, UI, UX, Webapp, Chatbot

---

#### Abstract

Vutura as one of Amoeba (Telkom's Internal Startup) which is in the field of communication technology carries an innovation in making a system of making visual-based robotic messaging media. By using a system of visual-based robotic messaging media, building robotic messaging media no longer requires programming capabilities, so anyone can create their own robotic messaging media. Producing a complex process in making robotic messaging media into something simple and easy to use is not easy. For the purpose of a good understanding process, a user needs an interface design or user interface that can transform complex processes into visual interactions that can be understood by lay users. In addition, it should be noted also the user experience or user experience to help lay users use the system of making visual-based robotic messaging media more comfortably. Therefore, the researcher took the Final Project theme regarding the design of the user interface and user experience in designing prototypes of a system of visual-based robotic messaging media that is easy to use by anyone. This prototype will be intended as a user medium in making their own robotic messaging media by paying attention to the user interface and user experience

**Keyword:** Prototype, UI, UX, Webapp, Chatbot

---



## 1. Pendahuluan

Semakin mudahnya masyarakat mengakses *internet* membuat segala bentuk komunikasi beralih ke media olah pesan berbasis *web* atau yang sering disebut dengan *chat*. Salah satu bentuk komunikasi yang paling terpengaruhi oleh fenomena ini adalah komunikasi relasi pelanggan atau *customer service*. Perusahaan atau pemilik usaha yang mengandalkan fitur *chat* tersebut seringkali terbebani dengan banyaknya pelanggan yang berinteraksi pada waktu tertentu. Keterbatasan sumber daya manusia yang melayani interaksi dengan pelanggan tersebut menyebabkan kepuasan pelanggan menurun karena merasa terabaikan. Permasalahan ini dapat diselesaikan lewat inovasi teknologi informasi dengan penggunaan media olah pesan robotik

Media olah pesan robotik adalah sebuah program komputer yang dirancang untuk mensimulasikan sebuah percakapan atau komunikasi yang interaktif kepada pengguna (manusia) melalui bentuk teks, suara, dan atau visual. Komunikasi yang interaktif ini dilakukan secara otomatis tanpa mediasi manusia melainkan menggunakan sistem informasi yang sudah terlebih dahulu disimpan dalam *database* sistem tersebut. Keunggulan dari program olah pesan ini adalah dapat menyimpan banyak data tanpa melupakan satu pun informasi yang disimpannya. Penggabungan sistem komunikasi ini dengan kecerdasan buatan membuat sistem ini dapat belajar secara mandiri terhadap masukan dari pengguna. Oleh karena itu media olah pesan robotik menjadi alat yang handal untuk menangani permasalahan-permasalahan komunikasi.

Salah satu kemampuan dari media olah pesan robotik ini adalah dapat menjawab *chat* dalam waktu yang singkat dan dapat menangani berapapun jumlah *chat* yang masuk dalam waktu yang bersamaan tanpa perlu campur tangan manusia. Selain itu media olah pesan robotik ini jika ditambahkan dengan pemrograman yang lebih kompleks dapat membuat pengalaman *chat* menjadi interaktif seperti pengirim *chat* dapat memilih sebuah menu yang dapat memenuhi kebutuhan pengirim pesan. Hal ini membuat pengirim pesan *chat* khususnya pelanggan sebuah perusahaan ataupun pemilik suatu usaha dapat mengakses informasi atau melakukan sebuah aksi dalam waktu yang cepat serta efisien tanpa harus menunggu jika dibandingkan menggunakan manusia yang menjawab pesan *chat* tersebut. Kemampuan-kemampuan media olah pesan robotik tersebut dapat menyelesaikan masalah yang dialami oleh perusahaan maupun pemilik usaha.

Keuntungan menggunakan media olah pesan robotik ini dibanding menggunakan manusia antara lain adalah dapat melayani ratusan pelanggan sekaligus, respon yang sangat cepat, tersedia 24 jam sehari, efisiensi pengeluaran biaya dan dapat memperbarui informasi secara instan. Hal-hal tersebut akan terlihat kontras jika dibandingkan menggunakan manusia. Manusia hanya dapat melayani satu orang pelanggan saja, manusia juga mempunyai respon yang lama, hanya aktif selama jam kerja, biaya komunikasi yang lebih besar dan membutuhkan waktu yang lama untuk memperbarui sebuah informasi. Peralihan dari penggunaan manusia sebagai *customer service* ke media olah pesan robotik merupakan hal yang menguntungkan bagi perusahaan maupun pemilik usaha.

Namun membangun sebuah media olah pesan robotik bukanlah hal yang mudah karena membutuhkan kemampuan pemrograman dalam pembuatannya. Selain itu juga diperlukannya integrasi ke dalam penyedia media *chat* populer seperti Line, Messenger, Telegram dan lain sebagainya. Pembuatan media olah pesan robotik juga membutuhkan sebuah *server* yang mengeluarkan biaya besar setiap bulannya. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah inovasi yang dapat mempermudah pembangunan sebuah media olah pesan robotik sehingga lebih banyak lagi perusahaan dan pemilik usaha yang dapat beralih ke teknologi ini.

Vutura sebagai salah satu Amoeba (*Internal Startup* Telkom) yang berada di bidang teknologi komunikasi mengusung sebuah inovasi pembuatan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual. Dengan menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual, membangun media olah pesan robotik tidak lagi memerlukan kemampuan pemrograman, sehingga siapapun dapat membuat media olah pesan robotik sendiri. Menghasilkan sebuah proses kompleks dalam pembuatan media olah pesan robotik menjadi sesuatu yang sederhana dan mudah digunakan bukanlah hal yang mudah. Untuk tujuan proses pemahaman yang baik bagi pengguna diperlukan sebuah desain antarmuka atau *user interface* yang dapat mengubah proses kompleks tersebut menjadi interaksi visual yang dapat dimengerti pengguna awam. Selain itu, perlu diperhatikan juga pengalaman pengguna atau *user experience* untuk membantu pengguna awam tersebut menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual tersebut secara lebih nyaman.

Kondisi Vutura saat ini sudah berada dalam tahap pengembangan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual berupa *Dashboard* dan *Tools* yang dapat memungkinkan pengguna membuat media olah pesan robotik tanpa kemampuan pemrograman. *Dashboard* dan *Tools* ini dapat diakses pada *website* Vutura yaitu [www.vutura.io/dashboard](http://www.vutura.io/dashboard). *Dashboard* merupakan antarmuka yang berfungsi menampilkan data-data yang berguna untuk pengguna. *Dashboard* biasanya terdiri dari informasi dan fungsi yang dapat diakses oleh pengguna untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu bernama *Tools*. Namun kondisi dari *Dashboard* dan *Tools* tersebut dari sisi antarmuka masih buruk karena tidak ada peran desainer yang membantu perancangan dan hanya mengandalkan *template* sebagai pedoman dalam perancangannya. Kondisi bagian *Dashboard* dan *Tools* ini secara visual terlihat tidak baik. Akibat dari perancangan visual yang buruk itu, pengguna merasa tidak nyaman dan kebingungan dalam menggunakan *Dashboard* dan *Tools* tersebut.

Pada bagian *Tools* menjadi dua bagian yaitu *Basic* dan *Advanced*. *Basic* merupakan fitur dasar dari media olah pesan robotik, yaitu fitur tanya jawab sederhana yang terdiri dari masukan daftar pertanyaan dan jawabannya. *Advanced* merupakan fitur lanjutan dari media olah pesan robotik berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk membuat sebuah menu interaktif dengan menggunakan tombol sehingga pengguna dapat merancang sebuah alur atau skenario dalam penggunaan media olah pesan robotik berbasis visual tersebut. Fitur Advance ini juga memungkinkan penerima pesan untuk melakukan sebuah aksi seperti memesan barang, melaporkan sebuah kejadian, mengakses informasi secara spesifik dan lain-lain. Dalam hal ini Vutura membutuhkan solusi berupa rancangan antarmuka dan pengalaman pengguna agar pengguna dapat menggunakan *Dashboard* dan *Tools* tersebut secara mudah dan nyaman.

Oleh sebab itu, peneliti mengambil tema Tugas Akhir mengenai desain *user interface* dan *user experience* dalam merancang purwarupa sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual yang mudah digunakan oleh orang awam. Purwarupa ini nantinya akan ditujukan sebagai medium pengguna dalam membuat media olah pesan robotik mereka sendiri dengan memperhatikan *user interface* maupun *user experience* yang baik.

## 2. Dasar Pemikiran

### 2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah perilaku manusia dalam mengalihkan suatu pesan kepada penerima untuk memberikan pengaruh terhadap perilaku tertentu (Suryanto, 2015:51).

### 2.2 Visual

U.S. Departement of Health & Human Services dalam usability.gov telah merumuskan beberapa elemen dasar visual yang biasa digunakan dalam ranah *User experience*, diantaranya adalah: garis, bangun, warna, tipografi.

### 2.3 Website

*Website* adalah sebuah letak komputer tertentu di internet dengan alamat unik dinamakan URL (*uniform resource locator*). Halaman *web* terkait dapat berisikan teks, suara, gambar dan video (Sawyer, 2007:65). Sebagian besar halaman *website* ditulis menggunakan bahasa pemrograman yang sama yaitu HTML (*hypertext markup language*). HTML akan diterjemahkan oleh *web browser* menjadi bentuk visual yang dapat dibaca dan dimengerti oleh setiap orang melalui sebuah protokol yang dapat memungkinkan berbagai perangkat dengan sistem operasi yang berbeda untuk mengakses dan menampilkan ke dalam bentuk informasi yang sama bernama HTTP (*hypertext transfer protocol*) (W3C, 2014).

### 2.4 User experience

Menurut Garrett (2011:6), *user experience* adalah sebuah pengalaman pengguna yang dirasakan pengguna terkait dengan penggunaan sebuah produk. Bukan hanya sebatas bagaimana cara kerja dari suatu produk atau jasa, namun membahas juga bagaimana performa produk tersebut saat digunakan, oleh karena itu *user experience* dapat menjadi perbedaan anatara produk yang sukses ataupun gagal yang spesifik.

### 2.5 User interface

*User interface* (UI) adalah bagian dari komputer dan perangkat lunak yang dapat dilihat, didengar,

disentuh, atau diarahkan oleh manusia (Galitz, 2002:4).

## 2.6 Purwarupa

U.S. Department of Health & Human Services dalam usability.gov menyatakan bahwa purwarupa atau biasa juga disebut sebagai *prototype* adalah versi draf dari sebuah produk asli yang memungkinkan orang lain untuk melakukan interaksi dengan tujuan untuk menguji seluruh konsep desain atau fitur suatu produk kepada pengguna sebelum masuk ke tahap pengembangan.

## 3. Metode, Hasil, dan Media Perancangan

### 3.1 Konsep Komunikasi

Vutura merupakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual yang mudah digunakan. Pengguna tidak perlu mempunyai kemampuan dan pemahaman tentang pemrograman untuk dapat membuat media olah pesan robotiknya sendiri. Media olah pesan robotik yang merupakan bentuk sederhana dari *Artificial Intelligence* yang berarti pintar dan dapat memproses data secara cepat. Maka dari itu *big idea* yang akan disampaikan adalah "Pembuat media olah pesan robotik yang mudah, cepat dan pintar". Tujuan dirancangnya sistem pembuat media olah pesan robotik ini adalah untuk membujuk pengguna agar membuat media olah pesan robotiknya sendiri menggunakan *dashboard* yang disediakan Vutura.

### 3.2 Konsep Kreatif

*Brand Positioning* merupakan hal yang ingin ditonjolkan pada aplikasi berbasis web ini. Vutura memposisikan produk dan *brand*nya sebagai produk dan *brand* yang mudah, cepat dan pintar. Diferensiasi yang dilakukan oleh Vutura adalah dengan membuat *user interface* semudah mungkin sehingga diperlukan waktu yang singkat untuk mempelajari penggunaan *dashboard* dalam pembuatan media olah pesan robotik. Strategi dalam penyampaian pesan kepada target konsumen Vutura adalah:

1. Pesan yang menyiratkan bahwa Vutura merupakan produk yang mudah, cepat dan pintar yang merupakan solusi pengguna berkaitan dengan permasalahan otomasi komunikasi, seperti pengganti manusia sebagai *customer service*, menu interaktif dan lain-lain dalam lingkup bisnis maupun personal.
2. Menarik perhatian dengan cara menunjukkan betapa mudahnya menggunakan Vutura untuk membuat media olah pesan robotik

### 3.3 Konsep Visual

#### 1. Ilustrasi

Menggunakan ilustrasi berjenis *flat* yang sedang menjadi trend di tahun 2019. Ilustrasi bergaya *flat* ini digunakan karena bersifat fun dan dinamis yang dapat menyampaikan pesan "mudah" serta mempunyai daya tarik yang tinggi. Ilustrasi akan digunakan untuk menggambarkan fitur-fitur yang terdapat pada *dashboard*, memperkuat pesan dalam teks dan mengisi halaman kosong yang belum dapat menampilkan data.

#### 2. Tipografi

Characters

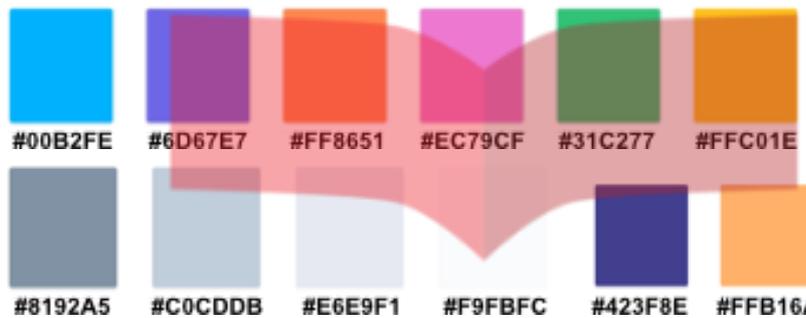
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890'?'!"(%)[#]{}@}/&\<-+÷×  
 =>®©\$€£¥¢:;,.\*

Font berjenis sans serif akan digunakan sebagai bodytext dan heading. Penggunaan font jenis sans serif ini akan mempertegas kesan friendly dan sederhana serta akan mempermudah keterbacaan konten. Contoh font sans serif antara lain: Helvetica, Arial dan Roboto.

Gambar 1.1 Font Roboto

Sumber : Dokumentasi Pribadi

### 3. Warna



Warna akan menggunakan *brand image* dari Vutura yaitu ungu dan aksent oranye dengan skema warna *complementary*. Warna *background* pada elemen *user interface* akan menggunakan skema *monochrome* dari warna ungu agar menciptakan kontras yang halus untuk membuat kesan nyaman. Warna-warna yang mempunyai daya tarik yang tinggi seperti biru muda, kuning, hijau dan sebagainya juga digunakan pada elemen-elemen *user interface* khususnya pada *icon*.

Gambar 1.2 Konsep Warna

Sumber : Dokumentasi Pribadi

### 3.4 Konsep Media

Media utama yang digunakan adalah media aplikasi berbasis *web*. Media pendukung yang digunakan adalah *T-shirt*, *X-banner*, *video teaser*, poster media sosial, *Landing Page*, dan *offline merch* untuk menunjang aplikasi *mobile* dari sisi *attention*, *interest*, dan *action* dalam konsep AISAS.

### 3.5 Hasil Perancangan

#### 1. Persona



Gambar 1.3 Persona

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tuti Notonegoro, Wanita, 30 tahun merupakan ibu rumah tangga yang merintis sebagai penjual online produk *skincare*. Usaha Tuti Notonegoro sedang naik karena dapat menyediakan produk yang sedang populer dengan harga yang terjangkau. Walaupun usaha ini merupakan usaha sampingan, bukan berarti Tuti Notonegoro tidak serius dalam usahanya. Mempunyai tujuan untuk memajukan usaha jual beli *online* dengan cara membangun reputasi toko online yang baik, *trusted* dan *fast response*. Motivasi yang dimiliki oleh Tuti Notonegoro adalah sebagai berikut:

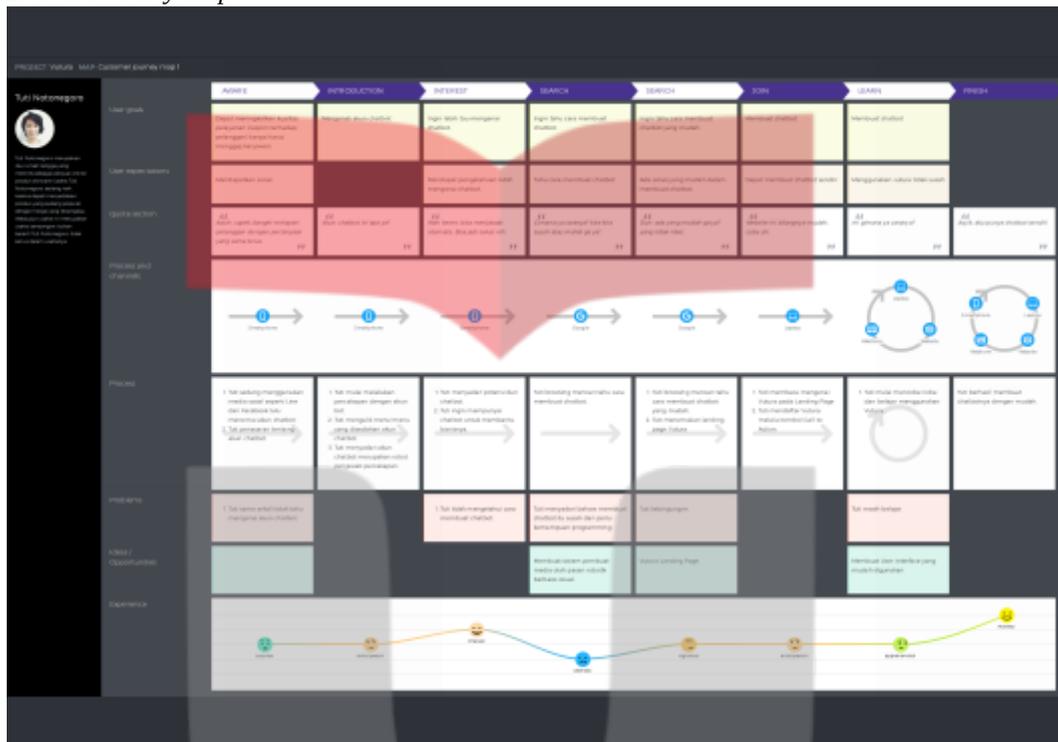
- Mendapat testimonial yang bagus dari pelanggan.
- Dapat menyediakan produk yang banyak diminati pelanggannya.

Tuti Notonegoro juga mempunyai hal yang membuat frustrasi yaitu:

- Tidak sanggup membalas secara cepat pesan pelanggan yang masuk. Pelanggan biasanya banyak menanyakan hal yang sama berulang kali, seperti ketersediaan produk, harga, jumlah ongkir, cara pembayaran dan nomor rekening.
- Ingin menambah karyawan tetapi belum bisa menggajinya.

Dalam segi kemampuan, Tuti Notonegoro memiliki kemampuan komunikasi dan bisnis yang cukup bagus serta kemampuan menggunakan sosial media yang bagus tetapi tidak memiliki kemampuan *programming* sama sekali. Tuti Notonegoro merupakan contoh pengguna yang mewakili masyarakat umum yang menjadi target pengguna Vutura.

2. User Journey Map

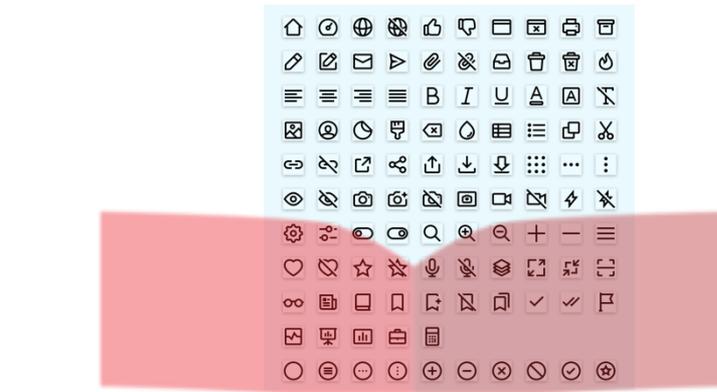


Gambar 1.4 User journey map  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Langkah-langkah yang dilakukan oleh pengguna Vutura adalah berikut:

1. *Sign In / Sign Up*: Masuk atau mendaftar akun ke *dalam dashboard*.
2. *Create Assistant*: Membuat dan atau memilih *Assistant*.
3. *Learn*: Belajar mengenai cara menggunakan *Dashboard*.
4. *Create*: Membuat *Dialogue* atau *Journey*.
5. *Deploy*: Mengintegrasikan *Assistant* dengan penyedia layanan *chat*.
6. *Interaction*: *Assistant* melakukan percakapan dan interaksi.
7. *Statistics*: Melihat data-data yang diperoleh dari percakapan *Assistant* dan pengguna yang melakukan percakapan.
8. *Improvisation*: Menggunakan data untuk meningkatkan kinerja *Assistant* ataupun sebagai bahan bahasan *digital marketing*.

3. Ikon

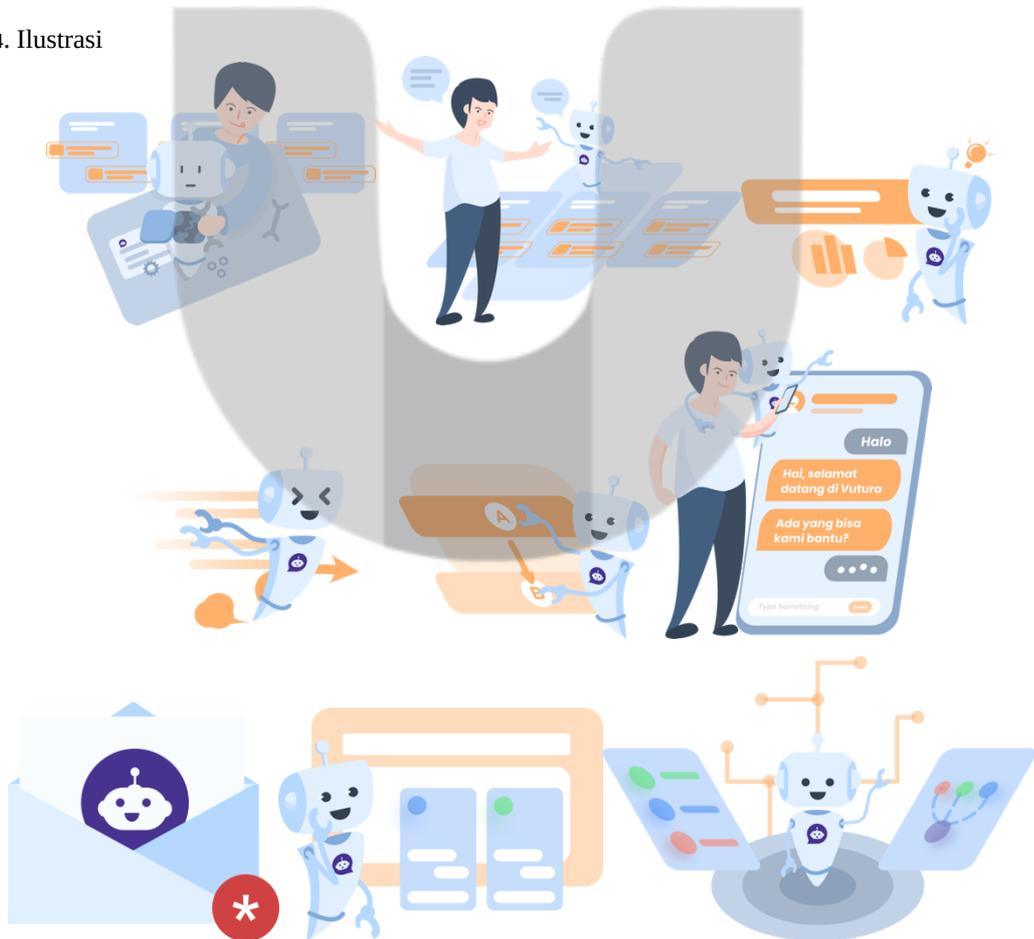


Gambar 1.5 ikon



Sumber: Dokumentasi Pribadi

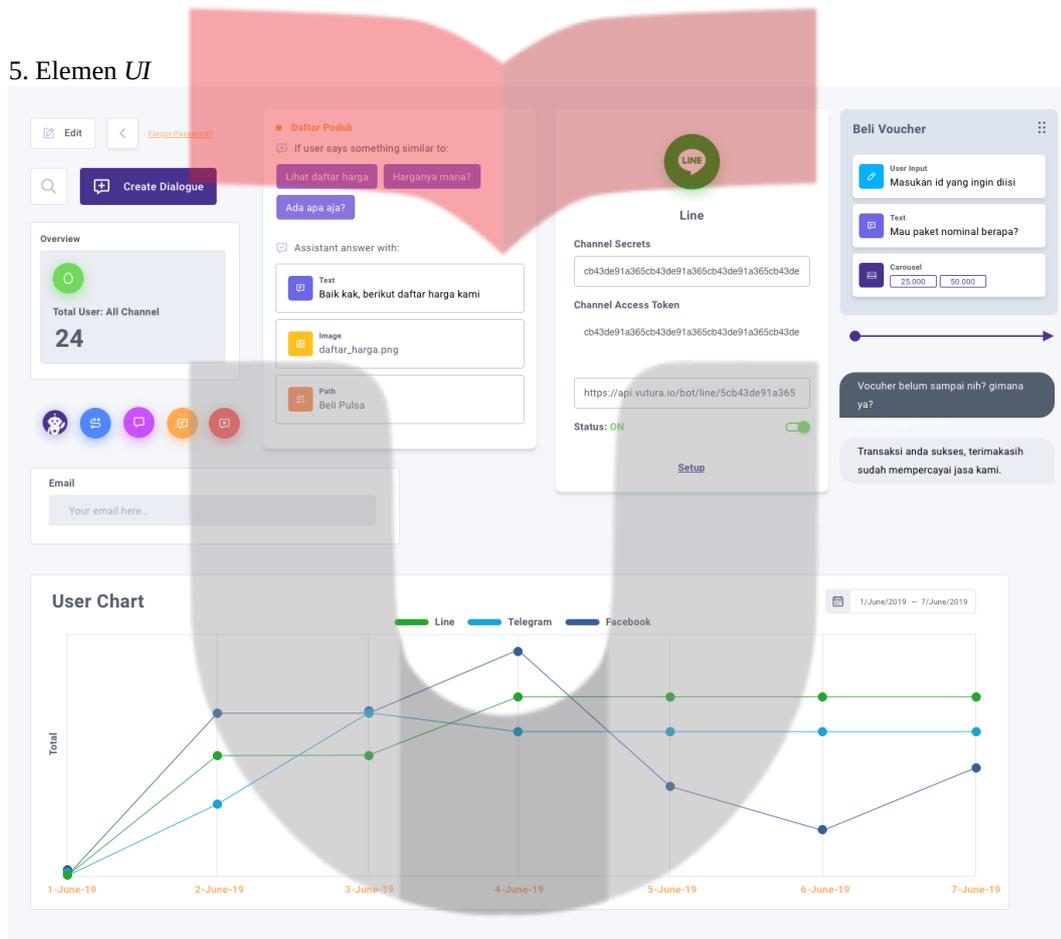
4. Ilustrasi





Gambar 1.6 Ilustrasi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

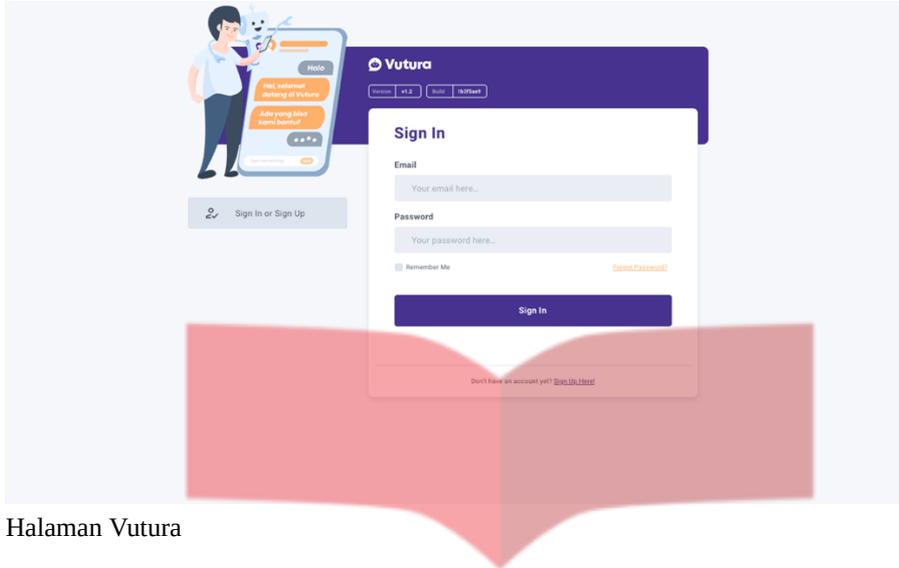
### 5. Elemen UI



The dashboard interface displays various components for managing a chatbot. At the top, there is an 'Edit' button and a 'Forgot Password?' link. A search bar and a 'Create Dialogue' button are also present. The 'Overview' section shows a green circular progress indicator and 'Total User: All Channel' with a value of 24. Below this are icons for different social media channels. The 'Daftar Produk' section includes a heading, a note about user input, and buttons for 'Lihat daftar harga' and 'Harganya mana?'. There is also a 'Ada apa aja?' button. The 'Assistant answer with:' section contains a text box with 'Baik kak, berikut daftar harga kami', an image field with 'daftar\_harga.png', and a path field with 'Beli Pulsa'. The 'Line' section shows 'Channel Secrets' and 'Channel Access Token' fields with their respective values, and a 'Status: ON' toggle. The 'Beli Voucher' section has a 'User Input' field with 'Masukan id yang ingin diisi', a 'Text' field with 'Mau paket nominal berapa?', and a 'Carousel' with values 25.000 and 50.000. A 'Voucher belum sampai nih? gimana ya?' message is shown. At the bottom, a 'User Chart' displays a line graph for 'Line', 'Telegram', and 'Facebook' from 1-June-19 to 7-June-19.

Date	Line	Telegram	Facebook
1-June-19	1	1	1
2-June-19	2	2	3
3-June-19	2	2	3
4-June-19	3	2	4
5-June-19	3	2	1
6-June-19	3	2	1
7-June-19	3	2	2

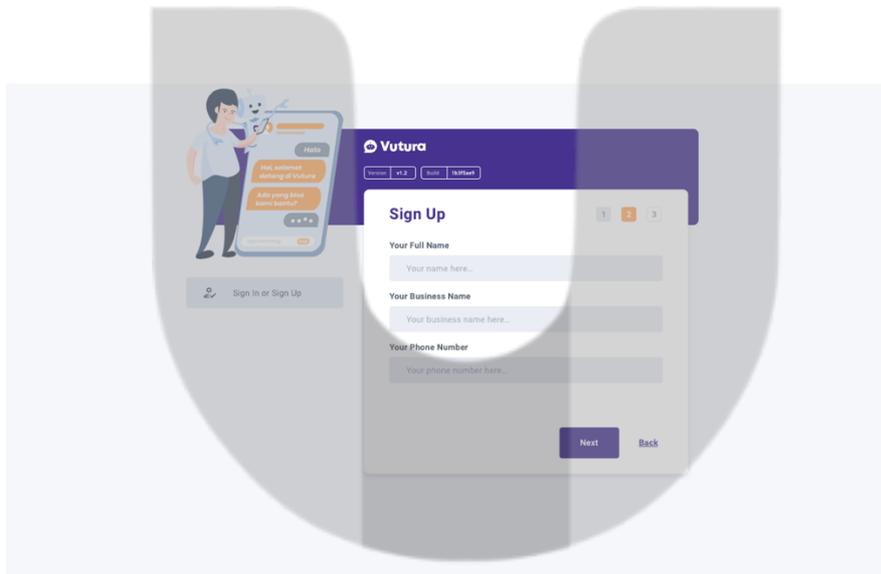
Gambar 1.7 elemen ui  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Halaman Vutura

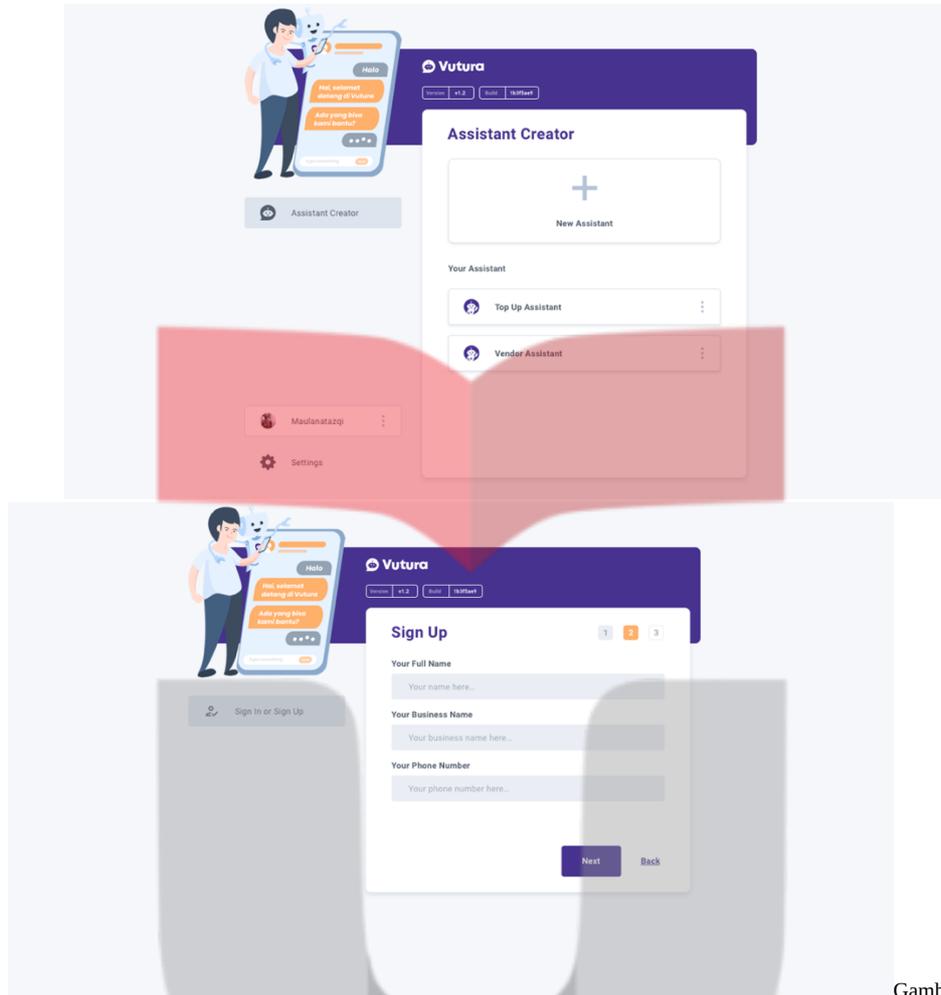
6. Tampilan

Gambar 1.8 Halaman sign in  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



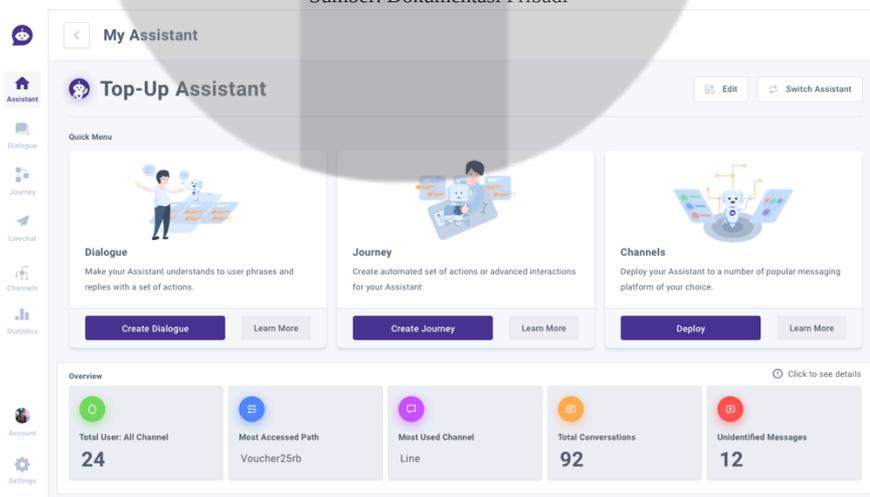
Halaman sign up  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.9



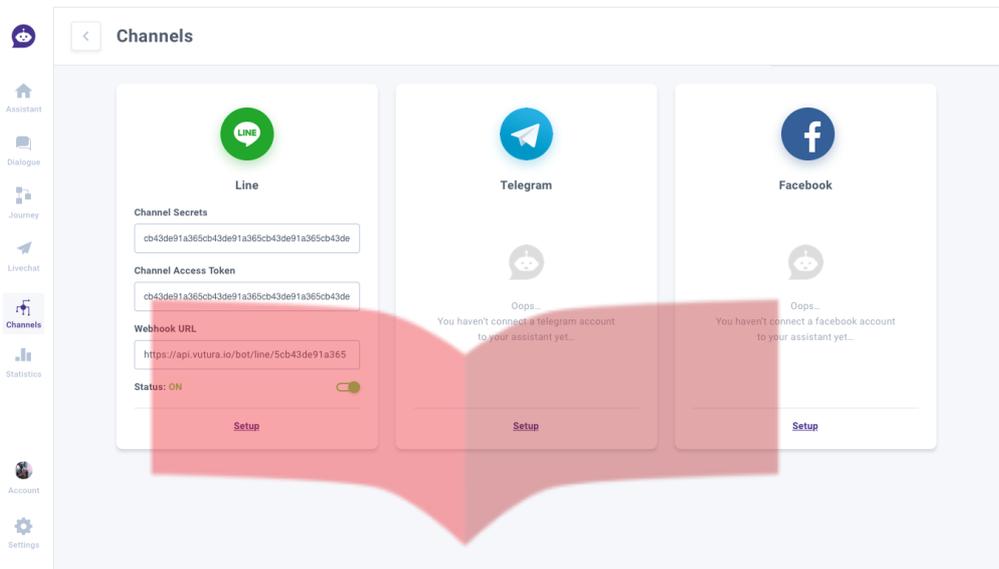
Gambar 1.10

Halaman *create assistant*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



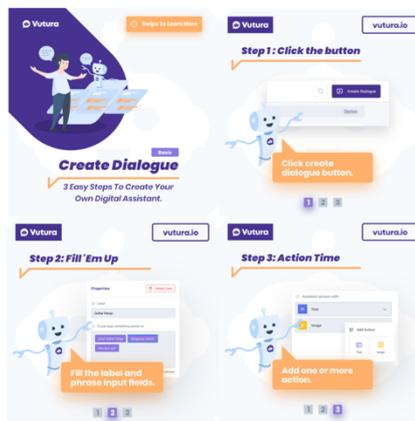
The image displays three screenshots of a chatbot development interface, likely from a platform like Dialogflow.

- Live Chat:** Shows a chat window with a user named Andra Syamsudin. The chat history includes messages such as "Voucher belum sampai nih? gimana...", "Kode tidak bisa dipakai", and "Transaksi anda sukses, terimakasih sudah mempercayai jasa kami." A red watermark is overlaid on the chat area.
- Journey:** Shows a flowchart of the chatbot's logic. It starts with a "Beli Voucher" step, which branches into "Konfirmasi 25rb" and "Konfirmasi 50rb". The "Konfirmasi 25rb" step leads to "Proses 25rb", which then leads to "Verify transfer".
- Dialogue:** Shows three dialogue configurations for the chatbot. Each dialogue is triggered by a user input and includes a list of possible responses, such as "Baik kak, berikut daftar harga kami" and "Beli Pulsa".



Gambar 1.11 Halaman sign in  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

7. Poster sosmed



Gambar 1.12 Poster sosmed

Sumber: Dokumentasi Pribadi



### 8. Offline Merch

Gambar 1.13 Offline merch  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



8. Landing Page

Gambar 1.14 Landing Page  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4. Kesimpulan

Dalam penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang purwarupa sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual yang mudah digunakan oleh siapapun. Purwarupa ini nantinya akan ditujukan sebagai medium pengguna dalam membuat media olah pesan robotik mereka sendiri dengan memperhatikan *user interface* maupun *user experience* yang baik.

Berdasarkan hasil penyusunan Tugas Akhir, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Vutura sebagai salah satu Amoeba (Internal Startup Telkom) yang berada di bidang teknologi komunikasi mengusung sebuah inovasi pembuatan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual. Dengan menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual, membangun media olah pesan robotik tidak lagi memerlukan kemampuan pemrograman, sehingga siapapun dapat membuat media olah pesan robotik sendiri. Menghasilkan sebuah proses kompleks dalam pembuatan media olah pesan robotik menjadi sesuatu yang sederhana dan mudah digunakan bukanlah hal yang mudah. Untuk tujuan proses pemahaman yang baik bagi pengguna diperlukan sebuah desain antarmuka atau *user interface* yang dapat mengubah proses kompleks tersebut menjadi interaksi visual yang

dapat dimengerti pengguna awam. Selain itu, perlu diperhatikan juga pengalaman pengguna atau *user experience* untuk membantu pengguna awam tersebut menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik berbasis visual tersebut secara lebih nyaman. Kemudahan pengguna dalam mempelajari produk.

2. Merancang user interface pada *website* khususnya *web app* dimulai dari fungsi dan tujuan dari segi komunikasi, menentukan kegunaan dan posisi terhadap pengguna. Setelah itu menerapkan prinsip-prinsip visual dalam rancangan *website* akan membentuk sebuah user interface yang baik. *User interface* yang baik tersebut akan membantu dalam membuat user experience yang baik juga.
3. Dalam segi visual, font yang digunakan semua sistem pembuat media olah pesan robotik karena sifatnya yang sederhana dan mudah dibaca. Penggunaan warna bergantung pada brand image perusahaan, contohnya Vutura yang menggunakan warna ungu sebagai *brand image* mereka sehingga elemen visual seperti button juga menggunakan warna ungu. Skema *monochrome* paling banyak digunakan karena dengan menggunakan variasi warna yang minim dapat membantu *focus* pengguna dalam menggunakan sistem pembuat media olah pesan robotik. Untuk perancangan purwarupa sistem pembuat media olah pesan robotik, pihak *internal* Vutura menyarankan untuk menggunakan Kata.ai sebagai acuan dalam merancang interaksi sistem pembuat media olah pesan robotik, tetapi tetap memperhitungkan konsep awal Vutura yaitu sistem pembuat media olah pesan robotik yang dapat digunakan oleh orang awam.

#### Daftar Pustaka

- [1] Tomitsch, M., Wrigley, C., Borthwick, M., dkk, (2018), *Design. Think. Make. Break. Repeat.: a Handbook of Methods*, Amsterdam: BIS Publisher.
- [2] Galitz, W. O., (2002), *The Essential Guide to User interface Design*, Canada:Wiley Computer Publishing.
- [3] Cao, J., Kamil, Krzysztof, & Ellis M, (2015), *Color Theory in Web UI Design: Practical Approach to the Principles*, Mountain View: UXPin Inc.
- [4] Cao, J., Kamil, Krzysztof, dan Ellis M, (2015), *Elegant Web UI Design Techniques: Flat Design & Colors*, Mountain View: UXPin Inc.
- [5] Soewardikoen, D. W., (2013), *Metodologi Penelitian Visual: dari Seminar ke Tugas Akhir*, Bandung: CV Dinamika Komunika.
- [6] Moleong, L. J., (1999), *Metodologi penelitian*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

