

PERANCANGAN ULANG UI/UX PADA WEBSITE INDONESIA DESIGN DEVELOPMENT CENTER

Dayang Alma Shania¹, Yanuar Rahman² dan Wahyu Lukito³

^{1,2,3}S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl.

Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
40257

almashn@student.telkomuniversity.ac.id¹, vidiyan@telkomuniversity.ac.id²,
wahyulukito@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Indonesia Design Development Center (IDDC) adalah instansi pengembangan desain nasional yang merupakan wujud dukungan pemerintah terhadap peningkatan kualitas produk para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dalam menembus pasar ekspor. Salah satu upaya yang dilakukan IDDC untuk menjangkau khalayak yang lebih luas yaitu melalui media *online* berupa *website* yang memiliki fungsi sebagai media informasi dan pendaftaran. Namun, berdasarkan basis data pada *website*, belum ada yang pernah melakukan pendaftaran. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa permasalahan dari aspek visual hingga teknis yang mempengaruhi pengalaman pengguna (*user*) sehingga belum ada yang mendaftar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan *user* yang merupakan para pelaku usaha dan praktisi desain, sehingga *website* dapat menjadi fungsional dalam mendukung program kerja yang dimiliki IDDC. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menerapkan metode *design thinking* untuk menemukan permasalahan dan solusi yang berorientasi pada *user website* IDDC. Pengambilan data yang digunakan berupa observasi, wawancara mendalam, *purposive sampling*, serta studi pustaka. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa perancangan ulang UI/UX pada *website* IDDC perlu dilakukan sehingga *user* dapat mencapai tujuannya ketika menelusuri *website*, dan meningkatkan fungsi *website* dalam mendukung program kerja IDDC.

Kata kunci: UI/UX, *Website*, IDDC, UMKM, Praktisi Desain.

Abstract: Indonesia Design Development Center (IDDC) was established as a form of government support for improving the product quality of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia in penetrating the export market. One of the strategies that IDDC do to reach a wider audience is through online media such as website that contains the company profile and fuction as an online registration platform. However, neither enterprise nor designer has registered based on the website's database. This can be caused by several issues from visual to technical aspects that affect the user's experience. The aim of this research is to find the needs of IDDC website users who are MSMEs and designers so that the website can

be functional in supporting IDDC's work programs. Therefore, a qualitative method based on design thinking is used in this research to find user-oriented problems and solutions. The methods used in collecting the data are done by doing observation, in-depth interviews, purposive sampling, and literature study. It can be concluded that redesigning the UI/UX on the IDDC website needs to be done so that users can achieve their goals when browsing through the website, and improve the function of the website in support of IDDC's work programs.

Keywords: UI/UX, Website, IDDC, MSMEs, Designers.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena dapat meningkatkan ekspor. Namun terdapat beberapa hambatan seperti minimnya program pendampingan UMKM menyebabkan kontribusi yang diberikan UMKM masih sedikit (dilansir dalam katadata.co.id, 2021). Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mendirikan IDDC sebagai upaya pemerintah untuk menunjang program pendampingan tersebut. Menjangkau target audiens IDDC yang tersebar di seluruh penjuru negeri merupakan sebuah tantangan, dibuktikan dari belum tercapainya target IDDC yang ingin mengembangkan sebanyak 60 UMKM per tahun.

Salah satu upaya yang dilakukan IDDC untuk menjembatani instansi dengan target audiesnya yaitu melalui *website* yang memuat informasi terkait IDDC serta media pendaftaran *online* untuk para pelaku usaha dan desainer yang ingin bergabung dalam program-program IDDC. Namun, basis data pada *website* IDDC menyimpan tidak ada jejak pendaftar. Hal ini disebabkan oleh beberapa permasalahan visual hingga teknis yang dialami *user website* IDDC sehingga tujuan mereka tidak tercapai. Permasalahan tersebut di antara lain kesulitan untuk menemukan tombol pendaftaran, yang dimana menurut Preece, J.; dkk (dalam Siddik 2019:23) desain *user interface* (UI) harus memenuhi unsur-unsur kebutuhan yang dapat

memudahkan *user*, seperti menampilkan menu yang paling sering diakses. Keterbacaan juga menjadi permasalahan pada *website* ini dikarenakan terdapat beberapa teks berukuran kecil, sehingga menyulitkan *user* untuk membaca informasi. Selain perihal pengalaman yang dialami oleh *user*, kekurangan lain yang terdapat pada *website* IDDC adalah dari segi tampilan visual *website* yang tidak representatif dengan identitas IDDC sebagai pusat pengembangan desain nasional. Hal ini dapat dilihat dari pengayaan desain dan pemilihan warna pada *website* yang tidak konsisten dan tidak berdasarkan *identity guidelines* yang dimiliki instansi.

Berangkat dari permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka diperlukan perancangan ulang *user interface/user experience* (UI/UX) pada *website* IDDC sehingga dapat memenuhi kebutuhan *user* serta meningkatkan fungsi *website* dalam mendukung program kerja yang dimiliki IDDC.

METODE PENELITIAN

Kelley dan Brown (dalam Lazuardi dan Sukoco 2019:5-6) menjelaskan bahwa produk yang sesuai dengan kebutuhan *user* dapat diperoleh melalui lima tahap pada proses *design thinking*. Tahap pertama yaitu *empathize*, dimana desainer memposisikan diri (berempati) sebagai pengguna untuk mengetahui pengalaman, emosi, dan situasi yang dialami. Hal ini diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, *purposive sampling*, dan studi pustaka.

Observasi perbandingan visual terhadap *website* IDDC dan beberapa *website* pengembangan desain di dalam dan luar negeri dilakukan sebagai acuan perancangan *website* IDDC. Soewardikoen (2019:49) berpendapat bahwa gambar harus diamati secara teliti dan mencatat unsur-unsur visual yang ada pada gambar tersebut. Dapat disimpulkan berdasarkan hasil

observasi ini bahwa identitas perusahaan mempengaruhi pengayaan pada elemen-elemen desain UI *website*. Hal ini dapat mempengaruhi citra dari tampilan *website* untuk memberikan kesan profesional dan orisinil. Selain itu, fasilitas dan fitur yang ada harus memudahkan *user* ketika menggunakan *website* serta memenuhi kebutuhan mereka. Fasilitas dan fitur tersebut meliputi menu navigasi yang mudah ditemukan, penggunaan gambar yang representatif untuk membantu *user* dalam memahami isi konten (Siddik 2019:25), pemilihan tipografi untuk memudahkan keterbacaan tulisan pada *website*, serta pemilihan warna dan elemen-elemen grafis yang konsisten. Hal ini didukung oleh Swasty dan Adriyanto (2017:18-19), yang membuktikan bahwa warna berdampak pada kesan pertama seseorang terhadap desain *website* yang dapat menentukan minat *user* untuk terus mengakses *website* atau tidak.

Wawancara mendalam yang dilakukan tanpa terstruktur yaitu pertanyaan yang diajukan tergantung pada situasi saat mewawancara agar bersifat fleksibel dan bebas mengikuti proses pemikiran narasumber, tetapi juga memiliki target kemana arah pembicaraan (Soewardikoen, 2019:57) dilakukan untuk mendapatkan *insight* terkait perancangan *website*. Narasumber yang diwawancarai berkaitan dengan topik perancangan ini, yakni Panggih Giri Samudra selaku *product designer* sebagai narasumber perancangan, tiga desainer serta tiga pelaku usaha yang terafiliasi dengan IDDC, dan masing-masing dua narasumber dari desainer dan pelaku usaha yang tidak terafiliasi dengan IDDC sebagai narasumber pengumpulan data. Hasil yang diperoleh dari wawancara tersebut mengarah ke fitur dan konten pada *website* yang menjadi kebutuhan *user*, seperti informasi lengkap mengenai profil instansi, program kerja beserta karya-karya yang telah dihasilkan, dan wadah informasi terkait inspirasi desain. Dari wawancara ini

juga ditemukan keluhan-keluhan yang kerap dialami oleh *user*, maka dari itu hal-hal tersebut perlu dipertimbangkan dalam perancangan *website* IDDC.

Metode untuk memperoleh informasi mendalam dengan melakukan penarikan sampel atau disebut dengan *purposive sampling* bergantung pada kriteria yang telah ditentukan oleh tujuan penelitian (Soewardikoen, 2019:48). Penelitian ini mengambil sampel dari *end user website* IDDC, yaitu desainer dan pelaku usaha di Indonesia untuk mengetahui keluhan, kebutuhan, dan perilaku mereka ketika berinteraksi dengan *website* IDDC dan produk *digital*. Ditemukan perbedaan dan persamaan *behaviour* dari *end user website* IDDC dengan variasi umur yang beragam ini. Perbedaan yang ditemukan terkait kemampuan dalam menggunakan teknologi, dimana untuk *user* di atas umur 40 tahun kerap mengalami kesulitan seperti dalam membaca tulisan berukuran kecil dan menjalankan *task* yang banyak untuk mencapai tujuan mereka. Sedangkan hal tersebut tidak menjadi masalah bagi *user* di bawah umur 40 karena mereka lebih sering terekspos dengan produk *digital*. Kesamaan yang ditemukan adalah ketertarikan mereka dalam melihat tampilan visual. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perancangan *website* IDDC.

Untuk memperkuat penelitian ini dilakukan studi pustaka dengan mengkaji riset-riset terkait perancangan UI/UX dan *website* yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian-penelitian yang digunakan merujuk pada metode *design thinking*, prinsip-prinsip desain web, elemen desain UI, *user experience*, dan rujukan lain yang relevan dengan perancangan UI/UX *website* mengambil referensi dari buku, laporan Tugas Akhir, jurnal, dan artikel.

Tahap kedua pada *design thinking* adalah *define*, dimana informasi yang diperoleh pada tahap *empathize* dijadikan acuan untuk mengetahui apa sebenarnya masalah yang dialami oleh *user*. Ini dapat dilakukan dengan membuat daftar kebutuhan *user* dan menggunakan pengetahuan tentang

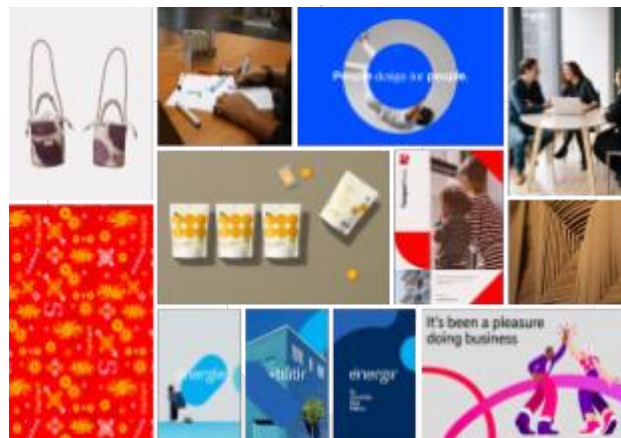
kondisi yang sedang terjadi, kemudian dibuat menjadi *user persona* yang menggambarkan *user* utamanya. Dalam perancangan ini, target audiens yang dituju terbagi menjadi dua kelompok, yaitu pelaku UMKM dan praktisi desain, sehingga *user persona* yang dihasilkan ada dua. Setelah mengetahui keluhan dan kebutuhan *user*, tahap selanjutnya adalah menghasilkan ide (*ideate*) untuk solusi yang dibutuhkan. Proses pengembangan ide dimulai dari menetapkan konsep pesan, kreatif, visual, dan media yang akan dirancang. Tahap selanjutnya yaitu menerapkan ide yang telah digambarkan menjadi produk uji coba (*prototype*). Menurut Razi (2018) tahap *prototype* dilakukan untuk mendeteksi kesalahan lebih awal dan mendapatkan kemungkinan baru. Proses desain yang dilalui pada perancangan ini dimulai dari perancangan *site map*, *wireframe*, *wireflow (low-fidelity)*, dan *high-fidelity*. Tahap terakhir pada *design thinking* yaitu melakukan percobaan produk uji coba kepada pengguna atau disebut dengan *usability testing*. Pada tahap ini, masukan yang diperoleh berdasarkan pengalaman pengguna dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk.

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan ini berfokus pada media utama berupa *website*. *Website* dirancang sesuai dengan kebutuhan *user* yang telah diperoleh melalui tahapan *empathize* dan *define*, seperti informasi mengenai instansi dan program kerja yang dimiliki, gambar-gambar karya yang telah dihasilkan, tombol pendaftaran yang mudah ditemukan, dan konten yang dapat mengedukasi audiens terkait desain sebagai nilai tambah.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens adalah IDDC memberikan dukungan kolaborasi antara praktisi desain dengan pelaku usaha dalam

mengembangkan produk berorientasi ekspor yang mengangkat kearifan lokal Indonesia. Penyampaian pesan dilakukan dengan cara melihat posisi IDDC dalam *brand archetype*. IDDC merupakan instansi yang bergerak dalam pelayanan dan edukasi, maka dari itu tipe *caregiver* cocok diterapkan pada konsep kreatif perancangan ini, yaitu *fun, friendly* namun tetap menjaga nuansa korporat dan profesionalisme. Konsep ini dipilih karena selaras dengan visi, misi, serta tujuan dari IDDC yang membantu target audiens dalam menciptakan produk yang siap menghadapi persaingan global. Berangkat dari konsep kreatif yang ada, maka konsep visual pada perancangan ini yaitu menampilkan penggayaan desain yang mengadopsi dari identitas visual IDDC serta unsur-unsur budaya Indonesia.

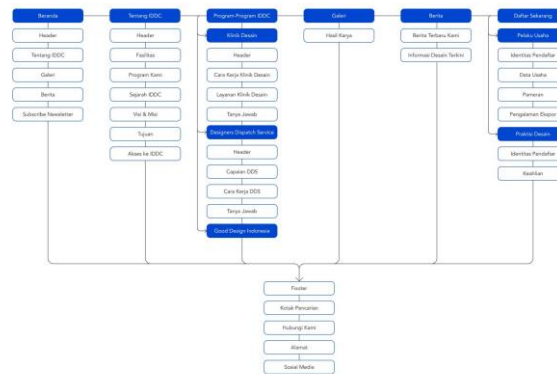


Gambar 1 *Moodboard*

Sumber: Pinterest, Behance, dan IDDC

1. Site Map

Berikut adalah *site map* sebagai kerangka daftar halaman dalam membuat *wireframe* pada *website* IDDC.



Gambar 2 Site Map

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)

2. Wireframe (Lo-Fi)

Wireframe adalah skema atau kerangka yang dapat memberikan gambaran kasar (*low-fidelity*) dari setiap halaman pada *website* (Paskalina, 2021, dilansir dalam skilvul.com). Perancangan *website* IDDC ini memiliki enam menu navigasi dan tujuh halaman utama, yang terdiri dari beranda, tentang IDDC, program-program IDDC, galeri, berita, dan *button* pendaftaran program. Berikut adalah tampilan *wireframe* dan penjabaran dari perubahan yang dibuat pada *website* IDDC:



Gambar 3 Wireframe Laman Beranda

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)

Salah satu keluhan yang dialami *user* ketika menelusuri *website* IDDC yaitu kesulitan dalam mencari tombol pendaftaran. Maka dari itu pada perancangan ini tombol ditempatkan pada menu navigasi dan konten pada beberapa halaman yang mengarah ke program-program IDDC.

Pada *existing website* IDDC terdapat beberapa gambar kegiatan IDDC yang dimuat dalam dua halaman berbeda; "Portofolio" dan "Galeri". *User* harus menekan salah satu gambar untuk melihat gambar beserta keterangan (*caption*) dari gambar tersebut yang dimuat dalam halaman terpisah. Tampilan ini tidak efektif untuk *user* karena tidak ada opsi kembali ke halaman sebelumnya atau untuk melihat pilihan gambar yang lainnya. Solusi yang diberikan pada perancangan ini yaitu dengan menambahkan layar *pop up preview* dimana *user* dapat kembali ke halaman "Galeri" ketika menekan tombol "Tutup" atau klik bagian luar *pop up preview*.

Perubahan selanjutnya yaitu pada halaman "Berita". Berdasarkan wawancara kepada target audiens yang telah dilakukan, untuk meningkatkan fungsi *website* dan konten yang dapat menarik minat pembaca yaitu dengan memuat informasi seputaran desain. Maka dari itu halaman ini memuat berita terbaru dari IDDC dan informasi desain terkini yang dikurasi dari berbagai sumber kredibel. Adieb (2021) menekankan memaksimalkan kurasi konten adalah salah satu strategi untuk memikat pelanggan.

Perubahan lain yang dibuat yaitu terdapat pada halaman "Pendaftaran Program". Hal ini penting dipertimbangkan karena merupakan salah satu fungsi dari *website*. Formulir pendaftaran bagi pelaku usaha dan praktisi desain dimuat dalam satu halaman, dimana pada *existing website* IDDC *button* dan halaman pendaftaran ini dibuat terpisah.

3. Wireflow

Wireflow merupakan susunan alur (*flow*) dari *wireframe* yang mendemonstrasikan urutan jalur navigasi dan interaksi pada layar (dilansir dalam circle.visual-paradigm.com). Berikut adalah susunan *wireflow* dari interaksi yang dapat dilakukan oleh *user* pada tiap halaman *website*:

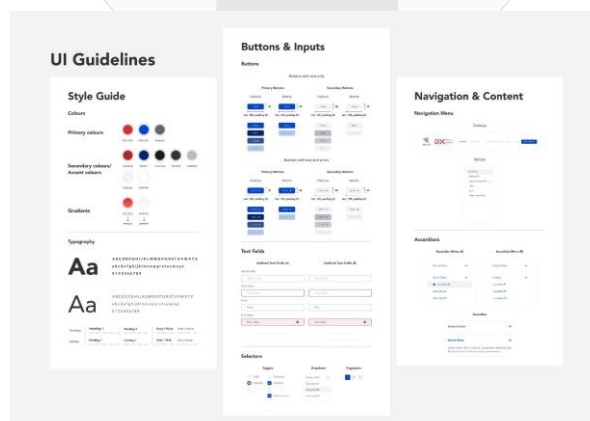


Gambar 4 Wireflow

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)

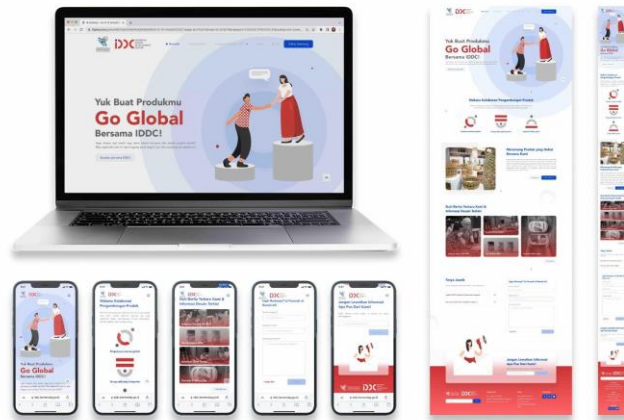
4. High-Fidelity (Hi-Fi)

Hi-fi adalah tampilan final dari desain setiap halaman *website* yang akan siap dikembangkan (*develop*) oleh tim *engineer* (Bimantara, 2019).



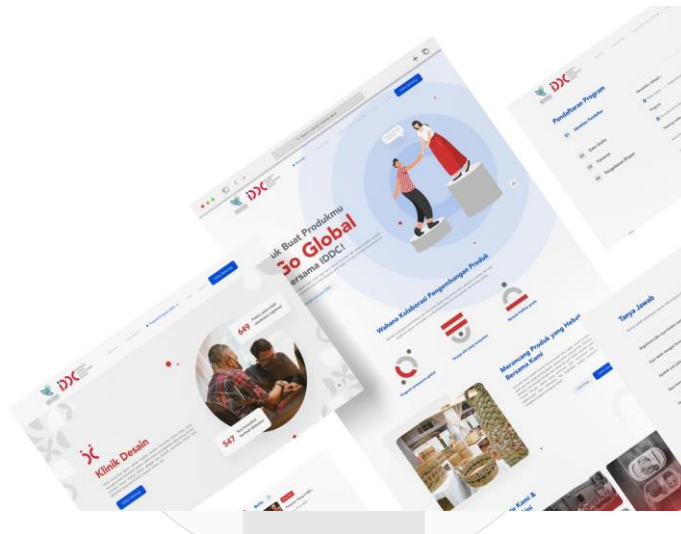
Gambar 5 UI Guidelines

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)



Gambar 6 Hi-Fi Website IDDC

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)



Gambar 7 Hi-Fi Website IDDC

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)

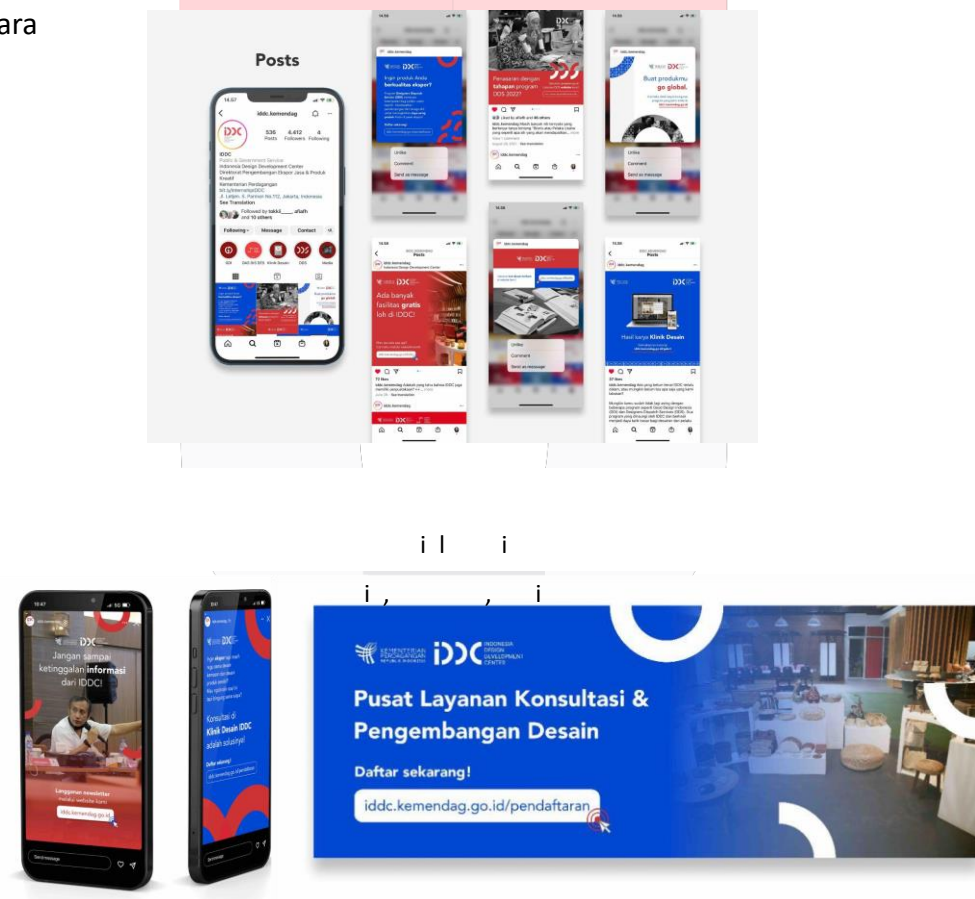
5. Usability Testing (UT)

Langkah selanjutnya setelah perancangan *prototype* adalah melakukan uji coba kepada *end user website* IDDC, seperti pelaku usaha, desainer, bahkan orang awam. Kegiatan UT dilaksanakan secara daring melalui Google Meet, dimana *user* diminta untuk *share screen* ketika

mencoba *prototype website* versi *desktop* dan *mobile*. *Feedback* yang diperoleh diimplementasikan untuk peningkatan pada *website* IDDC.

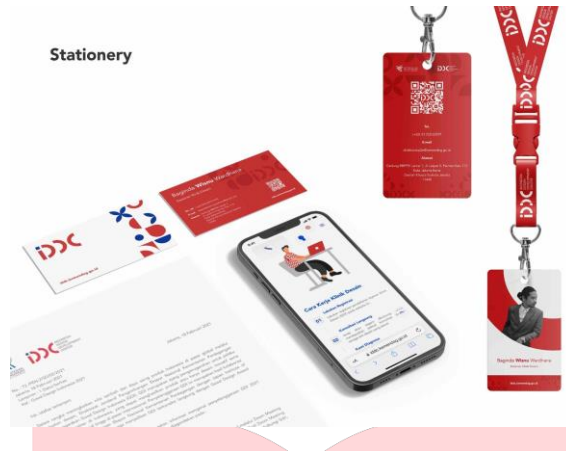
6. Media Pendukung

Untuk mengarahkan target audiens terhadap eksistensi *website* maka diperlukan perancangan media pendukung. Media yang dipilih pada perancangan ini i antara lain media sosial dan *stationery* yang memuat informasi h
mengara



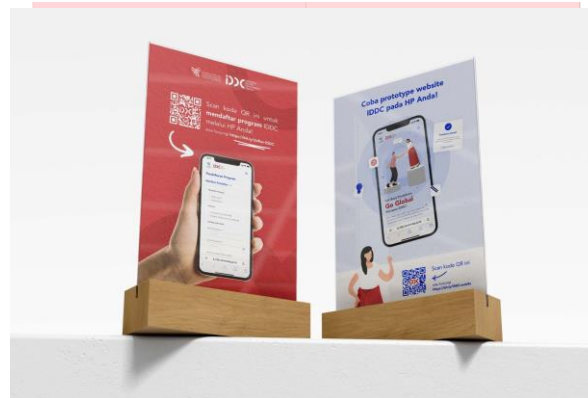
Gambar 9 Sosial Media *Stories* & Foto Sampul

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)



Gambar 10 Stationery

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)



Gambar 11 Stationery

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)



Gambar 12 Stationery

Sumber: Shania, Rahman, Lukito (2022)

KESIMPULAN

IDDC adalah instansi di bawah naungan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang memiliki tiga program kerja besar untuk membawa produk-produk dalam negeri menembus pasar global. Manfaat ini dirasakan khususnya bagi para pelaku usaha yang membutuhkan dukungan oleh pemerintah. Namun, melihat jumlah UMKM yang tersebar di seluruh penjuru negeri, hal ini menimbulkan permasalahan bagi IDDC dalam menjangkau target audiens mereka. Oleh karena itu, Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang UI/UX pada *Website* IDDC” ini dibuat sebagai salah satu upaya pengembangan salah satu media promosi IDDC untuk menjangkau pelaku usaha dan praktisi desain dalam berkolaborasi menciptakan produk yang bernilai tambah dan berdaya saing.

Hasil akhir perancangan ulang *website* IDDC ini mengacu pada kebutuhan *user* dan melengkapi kekurangan yang ditemukan pada *website* IDDC. Perubahan lain yang dibuat adalah terkait peningkatan fungsi *website* menjadi *content curator*, dimana konten mengenai informasi desain dari berbagai sumber kredibel dimuat dalam *website* IDDC sebagai upaya mengedukasi audiens terkait desain dan salah satu cara dalam meningkatkan *discoverability* dari *website* IDDC. Dengan ini, diharapkan IDDC dapat menjangkau khalayak lebih luas hingga memenuhi target yang ingin dicapai oleh instansi.

Secara menyeluruh, tampilan visual pada *website* ini mengadopsi identitas IDDC, dari warna hingga mempromosikan budaya Indonesia yang diterapkan pada ilustrasi dan supergrafis. Selain perancangan *website*, perancangan media pendukung dibuat sebagai metode dalam mengarahkan audiens kepada eksistensi *website* IDDC.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Pengerjaan riset ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada Bapak Prof. Dr. Adiwijaya, S.Si., M.Si., selaku rektor Telkom University; Ibu Dr. Roro Retno Wulan, S.Sos., M.Pd., selaku dekan Fakultas Industri Kreatif; Bapak Yanuar Rahman, S.Ds., M.Ds., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Wahyu Lukito, S.Ds., M.Ds., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing proses pengerjaan riset ini; Bapak Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds., selaku dosen penguji I dan Bapak Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan selama pengerjaan riset ini; kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan, bekerja keras, dan memberi dukungan sampai akhir proses memperoleh gelar sarjana ini; segenap staf IDDC yang telah memberikan arahan, bantuan, dan bersedia menjadi narasumber yang berkaitan dengan IDDC; Panggih Giri Samudra, selaku *product designer* yang telah bersedia menjadi narasumber UI/UX dan perancangan *website*; seluruh pelaku usaha dan desainer yang telah bersedia menjadi narasumber terkait perancangan ini; beserta segenap orang-orang terdekat yang telah menemani, membantu, bertukar pikiran, dan memberi masukan selama perkuliahan dan pengerjaan Tugas Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adieb, Maulana. (2021). *Tak Cukup Content Marketing Saja, Lakukan Content Curation untuk Pikat Pelanggan*. Diakses pada <https://glints.com/id/lowongan/content-curation/#.YptFPOxBxQI> (4 Juni 2022, 20:47).

- Lazuardi, Muhammad Lutfi, dan Sukoco, Iwan. (2019). *Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*. Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Winaya Mukti. Sumedang.
- Razi, Aria Ar. (2018). *Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Siddik, Abdurrahman. (2019). *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Swasty, Wirania, dan Adriyanto, Andreas Rio. (2017). *Does Color Matter on Web User Interface Design*. CommIT (Communication & Information Technology) Journal.
- Victoria, Agatha Olivia. (2021). *Sri Mulyani Ungkap Lima Hambatan UMKM Menembus Pasar Ekspor*. Diakses pada <https://katadata.co.id/agustiyanti/berita/607e85c44b0ff/sri-mulyani-ungkap-lima-hambatan-umkm-menembus-pasar-ekspor> (25 Juni 2022, 13:59).