

## PERANCANGAN UI/UX WEBSITE UNTUK MEMPERTEMUKAN PENERBIT DAN PENULIS INDIE

### DESIGNING UI/UX WEBSITE TO CONNECT INDIE PUBLISHERS AND AUTHORS

Muhammad Faizal Akhyani<sup>1</sup>, Dicky Hidayat<sup>2</sup> dan Diena Yudiarti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*  
[faizalakhiani@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:faizalakhiani@student.telkomuniversity.ac.id), [dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id](mailto:dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id),  
[dienayudiartis@telkomuniversity.ac.id](mailto:dienayudiartis@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak** : Industri penerbitan buku terbagi menjadi dua skala yaitu mayor dan indie. Penerbit mayor merupakan penerbit yang mencetak dan mendistribusikan buku dengan skala besar dan penerbit indie dengan skala kecil. Terdapat permasalahan yang dihadapi oleh penerbit indie dalam menerbitkan naskah baru. Permasalahan ini terjadi karena penerbit indie kesulitan dalam mencari penulis untuk menerbitkan naskah karena penerbit indie kurang memiliki engagement. Belum adanya platform untuk mempertemukan penerbit indie dan penulis yang menjadi latar belakang penelitian ini. Proses pengumpulan data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Dilakukan wawancara dengan 3 pihak yaitu penerbit *indie*, penulis dan ahli *UI/UX website*. Data akan diperoleh dan dianalisis sehingga muncul beberapa pokok bahasan pada penelitian ini Metode Perancangan, Multimedia, *Website*, *Usability Testing*, *User Experience*, *User Interface*, Desain Komunikasi Visual, *Business Model Navigator*, dan *Business Model Canvas*. Pokok bahasan tersebut akan berguna dan penting untuk perancangan *UI/UX website* untuk mempertemukan penerbit dan penulis indie dengan harapan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada.

**Kata Kunci** : Penulis, Penerbit Indie, Website, User Experience dan User Interface

**Abstract** : *The book publishing industry is divided into two scales: major and indie. Major publishers are publishers that print and distribute books on a large scale and indie publishers on a small scale. There are problems faced by indie publishers in publishing new books. This problem occurs because indie publishers have difficulty finding authors to publish books because indie publishers lack engagement. The absence of a platform to connect indie publishers and writers is the background of this research. The data collection process by descriptive qualitative using observation, interview and literature study methods. Interviews were conducted with 3 parties, there are indie publishers, writers and UI/UX website experts. Data will be obtained and analyzed so that several topics appear*

*in this research Design Methods, Multimedia, Website, Usability Testing, User Experience, User Interface, Visual Communication Design, Business Model Navigator, and Business Model Canvas. These subjects will be useful and important for designing UI/UX websites to connect publishers and indie authors in the hope that it can be a solution to existing problems.*

**Keywords:** *website, authors, indie publishers, user interface and user experience*

## PENDAHULUAN

Industri penerbitan buku merupakan salah satu industri yang besar di Indonesia itu didukung dengan data dari ISBN yg menampilkan bahwa ada 3.703 total penerbit di Indonesia. Setiap tahun ada ribuan buku yang dicetak di Indonesia. Menurut data dari ISBN tahun 2021 saja ada total 147.404 judul buku yang telah terbit di Indonesia. Total tersebut mengalami kenaikan sebanyak 9,8% dari penerbitan buku di tahun 2020 yang berjumlah 134.447 judul buku.

Penerbit di Indonesia berjumlah cukup banyak. Menurut data dari Perpustakaan Nasional RI ada 10.159 total penerbit di Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia. Penerbit di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu penerbit konvensional dan penerbit *indie*. Penerbit konvensional atau mayor adalah penerbit penerbit yang sudah besar dan memiliki nama seperti Gramedia, Mizan, Bentang dan Erlangga. Sedangkan penerbit *indie* adalah penerbit yang baru saja memulai usaha dalam penerbitan buku dengan skala yang kecil. Penerbit *indie* merupakan *startup* dalam industri penerbitan. Cakupan penerbit indie masih kecil. Menurut hasil wawancara dengan salah satu penerbit indie di Yogyakarta, penerbit *indie* masih kesulitan dalam mencari *engagement* sehingga mereka kesulitan untuk mencari naskah untuk diterbitkan

Dalam menerbitkan sebuah karya ada banyak cara yang bisa dilakukan oleh penulis pemula dalam menerbitkan tulisan mereka. Salah satu cara tercepat ialah mengunggah tulisan mereka di *platform* menulis *online* yang sudah banyak tersedia di berbagai macam *platform*. Tak jarang juga tulisan dari *platform online* ini menjadi laku lalu mereka membuat cetakan buku dari karya yang sudah ada

dari platform online tersebut. Dari tulisan yang ada di platform *online* mereka hapus lalu sepenuhnya bisnis berubah ke arah penjualan buku fisik. Selain itu para penulis juga dapat menerbitkan tulisan melalui penerbit secara langsung. Menurut hasil wawancara dengan beberapa penulis di Indonesia, kendala yang sering dialami oleh mereka ketika mengirim naskah tulisan ke penerbit besar adalah mereka tidak tahu kapan akan mendapat jawaban pasti mengenai naskah yang dikirim oleh penulis diterima atau tidak. Sesuai dari regulasi penerbit jika mengirim naskah ke salah satu penerbit tidak boleh mengirim naskah ke penerbit lain. Ini yang membuat kebingungan para penulis jika naskah yang penulis kirim tidak segera dijawab oleh penerbit. Jalur alternatif yang dapat dilakukan oleh penulis untuk menerbitkan naskah adalah dengan melalui penerbit indie. Namun penulis sering kesulitan dalam mencari informasi penerbit indie karena penerbit *indie* kurang memiliki *engagement*. Belum adanya *platform* yang menjadi wadah informasi penerbit *indie* di Indonesia yang menjadi kendala dan juga belum adanya *platform* digital yang mempertemukan penulis dan penerbit indie agar para penulis dapat dengan mudah menerbitkan tulisan.

Dalam meneliti dan memahami sebuah masalah dibutuhkan sebuah teknik yang dapat membantu proses penelitian masalah dapat berjalan dengan baik hingga penyelesaian solusi. Salah satu teknik yang dapat digunakan dalam memecahkan masalah di bidang penerbit indie dengan menggunakan *Design Thinking*. Dilansir dari artikel [bppk.kemenkeu.id](http://bppk.kemenkeu.id), Design Thinking menurut Tim Brown CEO dari IDEO adalah suatu metode yang digunakan dalam menciptakan inovasi dengan memanfaatkan kepekaan desainer dan teknik pencarian kebutuhan pengguna. *Design thinking* merupakan sebuah metode untuk menciptakan produk berdasarkan pendekatan kepada pengguna agar produk yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna. *Design thinking* menjadi landasan dasar untuk melakukan pendekatan emosi kepada pengguna yang dituju untuk

membuat produk berdasarkan hasil pendekatan itu. Salah satu penyelesaian masalah dengan menggunakan produk adalah dengan menggunakan *website*.

*Website* adalah produk digital yang banyak digunakan oleh penulis sebagai media untuk mengunggah karya secara digital. Pengunggahan tulisan ini dapat dari berbagai macam platform seperti blogspot, wattpad, storial.co, kwikku dan noveltoon. Penggunaan *website* dalam media untuk mengunggah tulisan menjadi media terbaik karena tampilan yang lebih luas bagi penulis untuk menulis cerita. *Website* juga sangat mudah untuk diakses oleh siapa saja yang memiliki jaringan internet dan gadget. *Website* juga sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia karena masyarakat Indonesia mayoritas sudah memiliki *smartphone*. Menurut data dari *GSMA Intelligence* ada 370,1 juta koneksi perangkat seluler yang ada di Indonesia. Ini menunjukkan *Website* dan aplikasi sudah menjadi hal yang lumrah bagi masyarakat Indonesia terlebih sekarang berita berita terkini dan artikel disebarakan melalui *website* dan media platform lainnya.

Harapannya dengan *website* ini terciptanya produktivitas para penerbit dan penulis di Indonesia dalam menghasilkan karya cetak maupun digital. Banyak penerbit baru yang kesulitan dalam mencari penulis dan juga penulis yang tidak mengetahui penerbit penerbit yang baru berdiri. *Website* ini juga akan membantu penulis sastra untuk mencari informasi penerbit *indie* sehingga akan memudahkan penerbit *indie* dan penulis sastra dalam menghasilkan karya

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian kali ini dilakukan secara deskriptif kualitatif karena penerapan *Design Thinking* dalam pendekatan untuk melihat objek yang diteliti. Menurut Mukhtar (2013: 10) metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menggali pemahaman atau konsep terkait penelitian pada suatu titik waktu tertentu. *Design thinking*

merupakan suatu tahap di mana brief atau persyaratan awal diubah menjadi produk akhir atau alternatif solusi (Ambrose & Harris, 2010:11). Tahapan dalam proses desain ada lima tahap yang terdiri dari *understand*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Ingle, 2013:3). Konsep *Design Thinking* menurut Clark & Smith dalam Yudiarti dan Lantu (2015) menyatakan, semakin meningkat diterima oleh ahli strategi. *Design thinking* dianggap sebagai langkah penting dalam menghasilkan inovasi bagi kemajuan efektif perusahaan. Dengan metode *design thinking* diharapkan dapat membuat sebuah produk yang dapat memecahkan masalah.

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer terdiri dari observasi dan wawancara. Menurut Widoyoko (2014:46) observasi ialah tindakan mengamati dan mencatat elemen-elemen yang terlihat dalam sebuah fenomena pada objek yang sedang diinvestigasi dengan cara yang terstruktur dan dapat diukur. Disini dilakukan observasi terhadap industri penerbit indie dan penulis. Menurut Sugiyono (2016:194) wawancara merupakan metode pengumpulan informasi yang digunakan ketika seorang peneliti ingin melakukan eksplorasi awal untuk mengidentifikasi isu yang perlu diselidiki, dan juga saat peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pandangan responden. Pada penelitian ini dilakukan wawancara terhadap 3 subjek yaitu penerbit *indie*, penulis dan ahli *ui/ux website* untuk mendukung data penelitian.

Sumber data sekunder pada penelitian ini dilakukan dengan cara studi pustaka. Studi pustaka ialah metode pengumpulan data yang melibatkan penelusuran dan analisis yang mendalam terhadap buku-buku, karya literatur, catatan-catatan, serta laporan-laporan yang relevan dengan permasalahan yang sedang dijelajahi (Nazir, 2013).

Setelah mengumpulkan data dilakukan analisis data untuk mendapatkan kesimpulan dalam penelitian. Analisis data adalah metode yang digunakan untuk

menghubungkan suatu permasalahan dengan pemahaman yang telah ada melalui data yang telah terkumpul (Soewardikoen, 2019:81). Analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu analisis visual dan matriks perbandingan.

Analisis visual terbagi menjadi dua kata yaitu analisis dan visual. Menurut KBBI analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Sedangkan visual menurut KBBI adalah dapat dilihat dengan indra penglihat. Dapat disimpulkan analisis visual adalah proses penyelidikan terhadap suatu peristiwa yang dapat dilihat oleh mata. Pada metode analisis visual akan dilakukan terhadap beberapa website yang serupa dan menganalisis komposisi, icon, dan elemen visual yang digunakan.

Matriks adalah pengolahan data atau gagasan yang dibandingkan dengan menyusun informasi tersebut secara sejajar (Soewardikoen, 2019:104). Metode analisis matriks perbandingan ini akan digunakan untuk membandingkan beberapa website mulai dari user interface, layout, ilustrasi, dan lain-lain yang akan menjadi standar pembuatan website yang efektif.

## HASIL DAN DISKUSI

Dari hasil analisis wawancara dengan 3 penerbit indie terdapat kesulitan yang dialami oleh penerbit indie. Para 3 penerbit indie memiliki kesulitan dalam mencari naskah untuk diterbitkan menjadi sebuah buku. Ketiga penerbit indie yang diwawancarai memiliki cara masing masing dalam mencari naskah mulai dari melalui kenalan, mencari cerita melalui cerita yang dipublikasikan koran dan datang langsung ke perlombaan cerita untuk bertemu penulis. Kendala ini terjadi karena belum adanya *website* untuk mempermudah mencari penulis begitu juga dengan penulis yang juga kesulitan dalam mencari informasi penerbit *indie*.

Dilakukan juga wawancara dengan 3 ahli ui/ux website. Dari hasil 3 wawancara dengan subjek berbeda dapat disimpulkan terdapat sebuah permasalahan yang terjadi di industri penerbitan buku yaitu penulis yang kesulitan dalam mencari penerbit *indie* dan penerbit *indie* yang kesulitan dalam mencari penulis untuk menerbitkan buku maka akan dirancang sebuah *website yang useful dan usable* kepada pengguna penulis dan penerbit *indie* untuk mempertemukan penerbit dan penulis *indie*.

### **Konsep Pesan**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa akan dirancang sebuah *website* untuk memudahkan penerbit *indie* mencari penulis sastra dan juga memudahkan penulis dalam mencari penerbit *indie*. Di *website* ini juga diharapkan dapat menjadi medium bagi para pecinta sastra.

### **Konsep Kreatif**

Berdasarkan hasil analisis user persona dari dua pengguna yang akan dirancang terdapat kesamaan psikografis dari user persona yang telah dirancang. Kesamaan psikografis ini adalah sama sama pecinta sastra. Dari hasil kesimpulan ini akan dirancang elemen visual dari sastra yang melambangkan keluhuran. Visual ini dirangkai agar citra dari sastra yang melambangkan keluhuran tersampaikan.

### **Konsep Visual**

#### **Moodboard**

Moodboard disini bertujuan sebagai rujukan visual yang akan ingin dibuat nantinya. Dan juga sebagai suasana bagaimana visualisasi dari website yang akan dirancang. Mood ini diambil dari berbagai produk cover buku dan cover album lagu yang berbasis sastra untuk memunculkan elemen elemen keluhuran dari sastra



Gambar 1 Moodboard  
(dokumentasi pribadi)

### Logo

Dari hasil analisis visual konsep logo yang akan dibuat akan menggunakan *brand mark* dan *logo type*. Pada *brand mark* akan ada gambar pena sebagai semiotika dari penulis dan tulisan dan pada *logo type* nya akan digunakan tulisan kursif untuk membentuk citra dari sastra.

### Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada *website* ini ada dua pengayaan yaitu *hand drawn illustration* dan fotografi. Digunakannya jenis ilustrasi hand drawn illustration untuk memunculkan kesan seni sastra yang mendalam. Digunakan fotografi untuk mendukung elemen visual perancangan

### Font

Jenis Font yang digunakan untuk perancangan *website* ada dua yaitu *EB Garamond* sebagai *headline* dan font bacaan untuk *UI* dan digunakan *Montserrat* untuk penggunaan tipografi pada ikon, *subheadline*, dan *normal text*. Ada tiga tipe penggunaan *monserrat* yaitu *Light*, *Normal*, dan *Bold*.

### Warna

Untuk pemilihan warna disesuaikan dengan *moodboard* yang telah dirancang. *Moodboard* yang dirancang merepresentasikan dua suasana yaitu *earth* dan *vintage*. *Earth* bermakna keselarasan sastra dan *vintage*

merepresentasikan prinsip keteguhan sastra yang masih dijaga tanpa tergerus arus modernisasi. Pemilihan ini sesuai dengan psikografis pecinta sastra yang melambangkan keluhuran.



### Layout

*Layout* yang dirancang akan berfokus pada rancangan penulis dan penerbit. Pemilihan *layout* yang konsisten akan memudahkan penulis dan penerbit *indie* mencari konten yang akan diunggah pada *website* ini.

### Ikon

Ikon yang digunakan pada perancangan ini adalah Glyph icon. Alasan dipilihnya ikon ini adalah untuk memudahkan pengguna dalam memahami ikon.

### Konsep Bisnis

Untuk mendapatkan penghasilan dalam perancangan *website* digunakan dua metode yaitu *revenue sharing* dan *freemium*. *Revenue sharing* akan bekerja sama dengan penulis terkenal untuk menjual kelas penulisan yang akan dijual ke penulis lalu *freemium* akan diterapkan ke penerbit untuk mendapatkan tambahan fitur. Dengan dua penggunaan konsep ini diharapkan akan menciptakan *value proposition* untuk perancangan

### Hasil Perancangan

#### Logo

Font kursif berbentuk seperti tulisan tangan yang dirangkai dengan indah. Ini yang menjadi filosofi dibalik pemilihan font kursif karena sastra merupakan

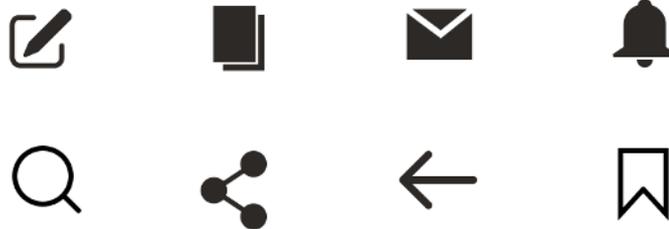
sebuah cerita yang kejadiannya dirangkai dengan indah untuk menyampaikan pesan pesan moral kepada pembaca. Bulu pena yang menjad brand mark pada logo merepresentasikan nilai nilai sastra tidak akan mati termakan oleh zaman.



Gambar 3 Logo Dokumen pribadi

### Ikon dan Tombol

Pada hasil perancangan sesuai dengan konsep visual ikon yang dirancang akan menggunakan *Glyph* ikon yang sudah familiar oleh orang umum maupun user.



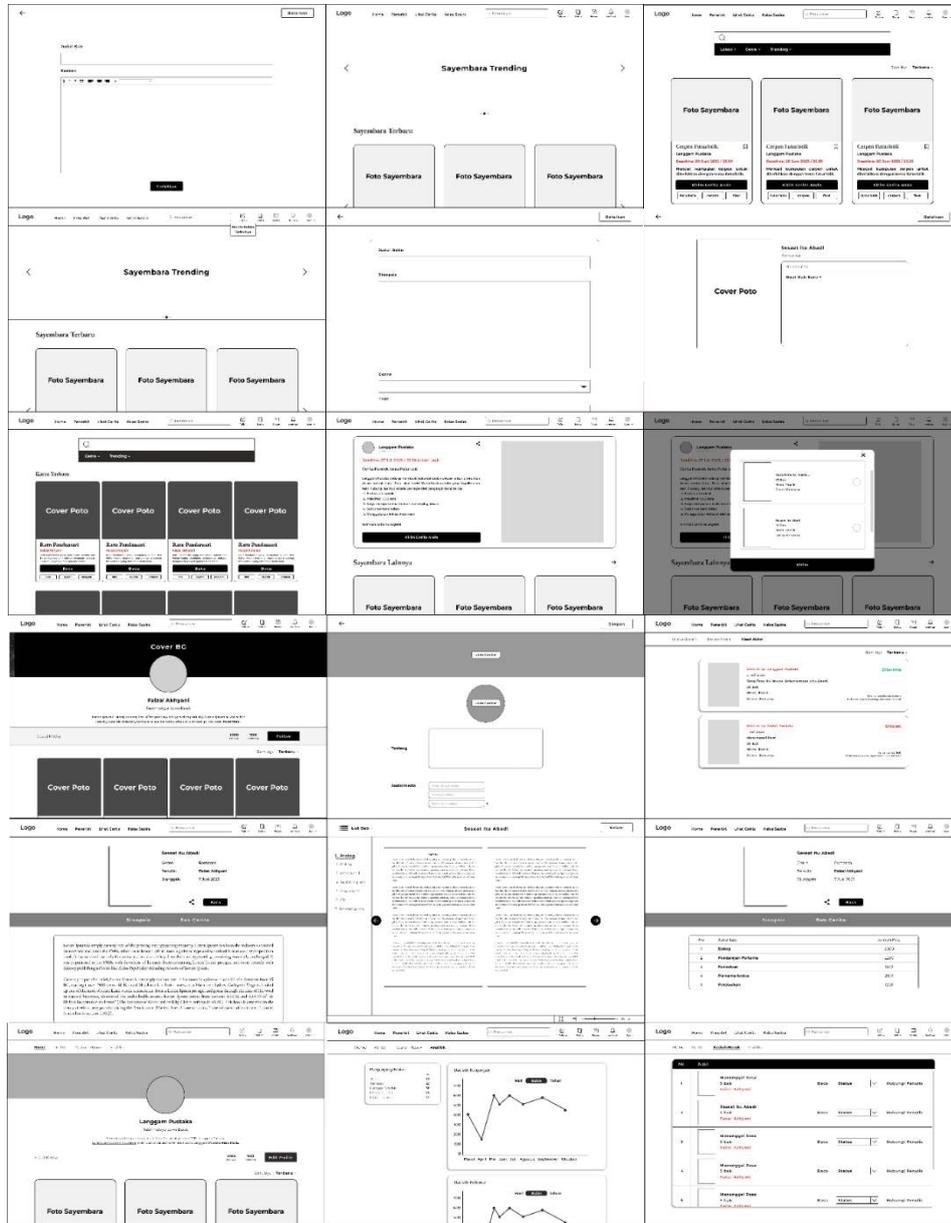
Gambar 4 Ikon Dokumen Pribadi



Gambar 5 Tombol Dokumen Pribadi

### Low Fidelity Wireframe

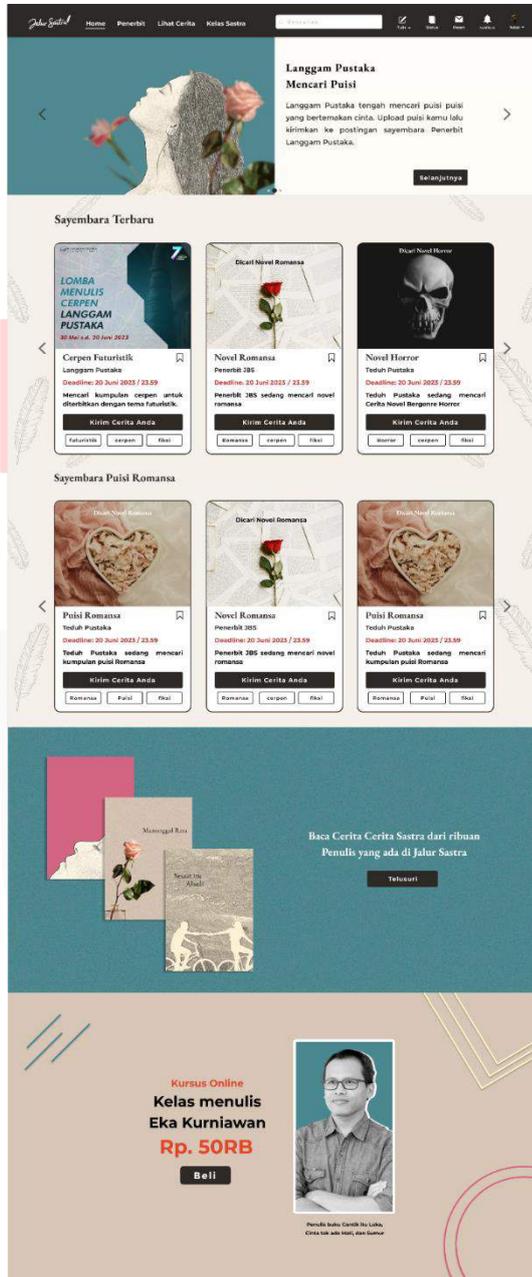
Berikut hasil perancangan *low fidelity wireframe*.



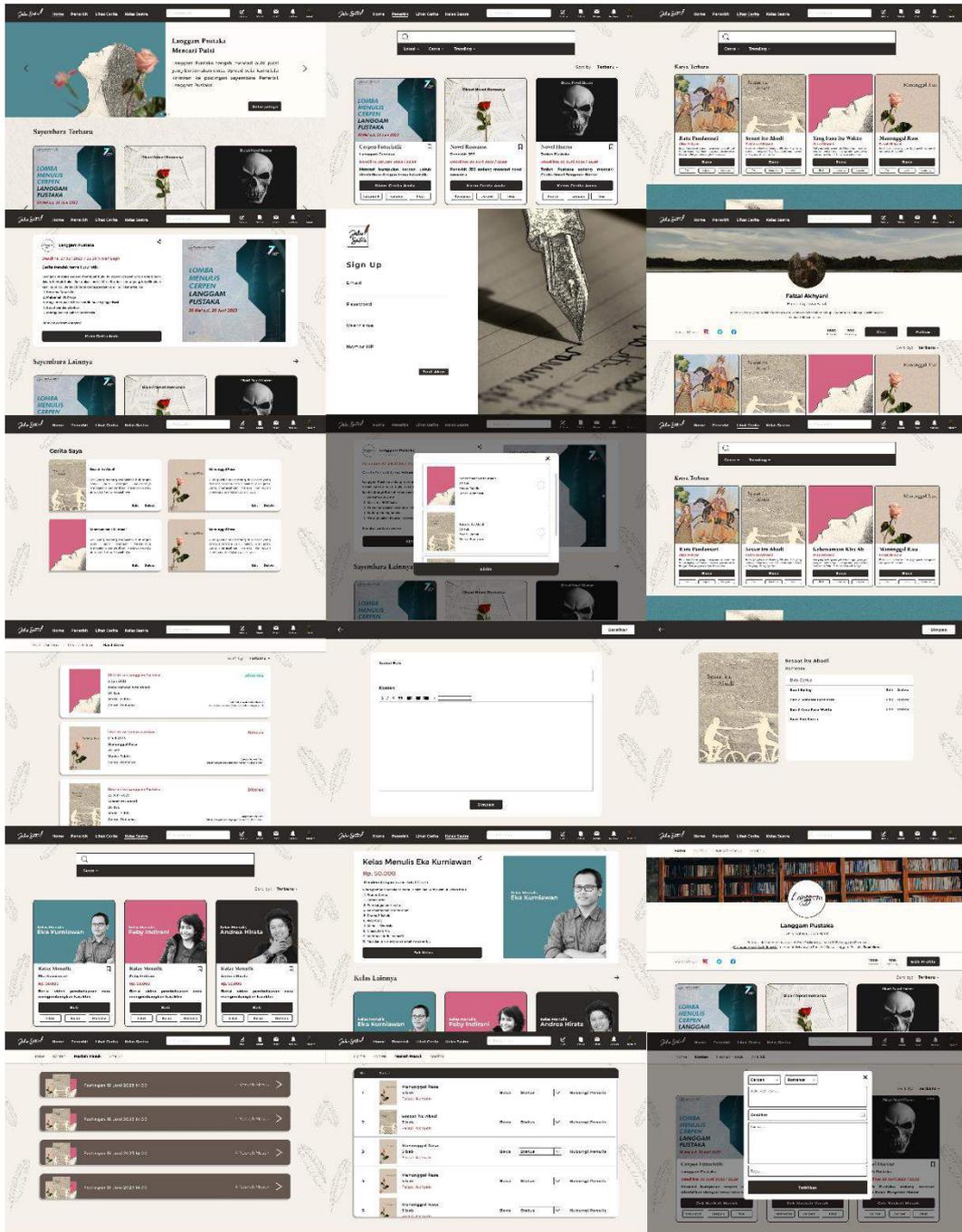
Gambar 5 *Low Fidelity Wireframe* Dokumen Pribadi

### High Fidelity

Berikut hasil perancangan *High Fidelity user interface*.



Gambar 6 Halaman Utama Dokumen Pribadi



Gambar 7 User Interface Dokumen Pribadi

## KESIMPULAN

Melalui data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan fenomena melalui artikel online dapat disimpulkan bahwa terdapat sebuah permasalahan dalam industri penerbitan. Penerbit *indie* kesulitan dalam mencari penulis untuk diajak kerja sama menerbitkan naskah begitu juga penulis sastra yang kesulitan mencari informasi mengenai penerbit *indie*. Walaupun sudah adanya sosial media untuk membantu penerbit *indie* dalam menyebarkan penerbitannya namun yang menjadi kendala adalah kurangnya awareness dari penerbit indie.

Dari pengamatan yang ada hasil yang bisa didapatkan adalah perancangan *ui/ux website* untuk mempertemukan penerbit dan penulis *indie*. Digunakannya beberapa landasan teori dalam merancang *website* dan juga meneliti pengguna yang dituju seperti teori *design thinking*, teori *website*, teori *user experience*, teori *user interface*, teori ilustrasi, teori DKV dan teori *BMC*. Dalam *website* ini terdapat fitur fitur yang memudahkan penulis untuk mengunggah dan mengirim naskah kepada penerbit.

## DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, Gavin & Paul Harris. 2010. *Basic Design 08: Design Thinking*.

Lausanne: AVA Publishing SA

Ingle, Beverly Rudkin. 2013. *Design Thinking for Entrepreneurs and Small Businesses: Putting the Power of Design to Work*. Apress.

Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta:

Referensi (GP Press Group)

Mukhtaromin, Widyaiswara. Balai Diklat Keuangan Pontianak. 2022. Mengenal *Design Thinking*. Diakses pada <https://bppk.kemenkeu.go.id/balai-diklat->

keuangan-pontianak/artikel/mengenal-design-thinking-278789 (3 Agustus 2023, 07:01)

Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. Metodologi Penelitian Desain Komunikasi visual. Yogyakarta: Kanisius

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Widoyoko, Eko Putro. (2014). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Yudiarti, Diena & Lantu, Donald Crestofel. (2015). *Organizing Creative People in Creative Industry: Preliminary Study About Implementation of Design Thinking in Indonesia*. Hal 3

