

**USER INTERFACE WEBSITE SEMANGKOK SAJA
KARYA AKHIR**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



DISUSUN OLEH:

AGUNG KURNIAWAN

18027047/2018

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

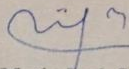
USER INTERFACE WEBSITE SEMANGKOK SAJA

Nama : Agung Kurniawan
NIM//BP : 18027047 / 2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 08 Februari 2023

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing

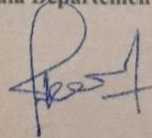


Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.

NIP: 19861023.201903.2.006

Mengetahui:

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliva Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.

NIP: 19830201.200912.2.001

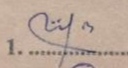
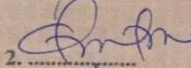
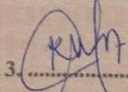
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : *User Interface Website Semangkok Saja*
Nama : Agung Kurniawan
NIM/BP : 18027047/ 2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

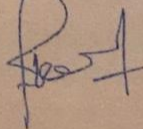
Padang, 08 Februari 2023

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: <u>Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.</u> NIP: 19861023.201903.2.006	1. 
2. Penguji 1	: <u>Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.</u> NIP: 19840909.201404.2.003	2. 
3. Penguji 2	: <u>Rifqi Aulia Zaim, S.Pd., M.Pd.T.</u> NIDN: 0028049101	3. 

Mengetahui:

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriveni, S.Pd., M.Sn.
NIP: 19830201.200912.2.001

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH KARYA AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Agung Kurniawan

NIM : 18027047

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Departemen : Seni Rupa

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya Akhir saya, dengan judul "*User interface Website Semangkok Saja*" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya Akhir ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama penggarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 08 Februari 2023

Saya yang menyatakan,



**Agung Kurniawan
NIM. 18027047**

USER INTERFACE WEBSITE SEMANGKOK SAJA

Agung Kurniawan¹, Dwi Mutia Sari²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,

Univeritas Negeri Padang

Email: mcaagung1969@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari Perancangan ini adalah untuk menghasilkan media alternatif bagi konsumen Semangkok Saja untuk melakukan pemesanan produk, pengecekan ketersediaan produk, harga produk dan metode pembayaran secara digital. Permasalahan awal yang ditemui adalah kurangnya penjualan produk akibat dari pemasaran produk yang kurang efektif, promosi di media *online* yang kurang menjangkau pasar, dan belum adanya media seperti *website* yang dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk secara *online*. Masalah lain yang ditemui adalah tampilan produk yang kurang dikemas dengan baik lewat media *online*. Proses perancangan ini dilakukan dengan menggunakan analisis data 5w + 1h yakni, apa, siapa, dimana, kapan, kenapa, dan bagaimana. Serta menggunakan metode *Glass Box* yang melalui beberapa tahapan yakni, persiapan, inkubasi, luminasi, dan verifikasi. Berdasarkan hasil dari metode yang digunakan dan dari hasil perancangan *Website* ini, akan menghasilkan sebuah media yaitu *Mobile Website* sebagai media yang dapat mengatasi masalah sebelumnya, seperti pemesanan produk secara *online*, pengiriman produk, cek ketersediaan produk, dan pemilihan metode pembayaran. Selain itu, karya akhir ini didampingi oleh media pendukung yang dirancang seperti: media sosial, *paper bowl*, *plastic bag*, *sticker*, *x-banner*, dan poster.

Kata Kunci: *User Interface*, *Semangkok Saja*

¹Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR BAGAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	x
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Orisinalitas	5
F. Tujuan Perancangan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praksis	6
1. Data Verbal	6
2. Data Visual.....	7
B. Kajian Teoritis.....	10
1. <i>Website</i>	10
2. <i>UI/UX Design</i>	14
3. <i>Graphic User interface (GUI)</i>	16
4. <i>User flow</i>	19
5. <i>Wireframe</i> (kerangka)	19
6. <i>Layout</i>	20
7. <i>Tipografi</i>	22
8. Psikologi warna dalam <i>Website</i>	22
C. Karya Relevan.....	26
D. Kerangka Konseptual	28
BAB III METODE PERANCANGAN.....	30
A. Metode Perancangan	30
B. Metode Pengumpulan Data	31
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33

C. Metode Analisis Data.....	34
D. Pendekatan Kreatif.....	35
1. Target Audience.....	36
E. Tujuan Kreatif.....	37
F. Strategi Kreatif.....	37
1. Penentuan Konsep.....	37
2. Pesan Verbal.....	38
3. Pesan Visual.....	38
G. Media Utama dan Media Pendukung.....	39
1. Media Utama.....	39
2. Media Pendukung.....	39
H. Jadwal Kerja.....	41
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	42
A. Proses Perancangan.....	42
1. Pendefinisian (<i>Define</i>).....	42
a. Tipografi.....	42
b. Warna.....	43
c. <i>Grid</i> dan <i>Spacing</i>	43
2. Perancangan (<i>Design</i>).....	43
a. <i>User Flow</i> (Alur Pengguna).....	44
b. <i>Layout</i> Kasar Media Utama (<i>Website</i>).....	45
c. <i>Wireframe</i> (<i>Low Fidelity Design</i>).....	46
d. Prototype.....	51
3. Pengembangan (<i>Develop</i>).....	51
a. Media Utama.....	52
b. Media Pendukung.....	57
4. Diseminasi (<i>Disseminate</i>).....	64
B. Uji Kelayakan.....	64
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR RUJUKAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Offline Store Semangkok Saja	7
Gambar 2. Produk Ramen	7
Gambar 3. Produk Chicken Cajun	8
Gambar 4. Produk Chicken Matah.....	8
Gambar 5. Chicken Wings	9
Gambar 6. Produk Baby Crab	9
Gambar 7. UI & UX.....	16
Gambar 8. Halaman home Website Po Noodle Bar.....	27
Gambar 9. Halaman promosi produk Website Po Noodle Bar	27
Gambar 10. Halaman produk Website Po Noodle Bar	28
Gambar 11. Palet Warna	43
Gambar 12. Grid & Spacing	43
Gambar 13. User Flow Membeli Produk	44
Gambar 14. User Flow Konfirmasi Pembayaran	44
Gambar 15. Layout Kasar Onboarding Screen & Login Screen.....	45
Gambar 16. Layout Kasar Profile Screen & Home Screen.....	45
Gambar 17. Layout Kasar Wishlist Screen & Promotion Screen	46
Gambar 18. Layout Kasar Checkout Screen	46
Gambar 19. Wireframe Alternatif Onboarding Screen	47
Gambar 20. Wireframe Alternatif Profile Screen	48
Gambar 21. Wireframe Alternatif Login Screen.....	48

Gambar 22. Wireframe Alternatif Home Screen	49
Gambar 23. Wireframe Alternatif Checkout Screen.....	49
Gambar 24. Wireframe Alternatif Product Screen.....	50
Gambar 25. Wireframe Alternatif Promotion Screen	50
Gambar 26. Proses Prototype Antar Muka	51
Gambar 27. Final Desain Splash Screen Website	52
Gambar 28. Final Desain Onboarding Screen Website	53
Gambar 29. Final Desain Login & Register Screen Website.....	53
Gambar 30. Final Desain Profile & Home Screen Website.....	54
Gambar 31. Final Desain Produk Screen & My Wishlist Screen	55
Gambar 32. Final Desain Checkout Screen Website	56
Gambar 33. Final Desain Promotion Screen Website.....	56
Gambar 34. Layout Kasar Media Pendukung Media Sosial	57
Gambar 35. Final Desain Media Pendukung Media Sosial	58
Gambar 36. Layout Kasar Media Pendukung Plastic Bag.....	58
Gambar 37. Final Desain Media Pendukung Plastic Bag	59
Gambar 38. Layout Kasar Media Pendukung Paper Bowl	59
Gambar 39. Final Desain Media Pendukung Paper Bowl.....	60
Gambar 40. Layout Kasar Media Pendukung Sticker.....	60
Gambar 41. Final Desain Media Pendukung Sticker	61
Gambar 42. Layout Kasar Media Pendukung X-banner	61
Gambar 43. Final Desain Media Pendukung X-Banner.....	62
Gambar 44. Layout Kasar Media Pendukung Poster	63

Gambar 45. Final Desain Media Pendukung Poster	63
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Kegiatan	41
Tabel 2. Jenis huruf yang digunakan dalam Website Semangkok Saja	42
Tabel 3. Uji Kelayakan Partisipan	65

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual..... 29

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **“User Interface Website Semangkok Saja”**. Karya akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan strata satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds selaku Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan waktu bimbingan dalam mewujudkan karya akhir ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan dan do'a dalam perancangan karya akhir ini.
2. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd. selaku Kepala Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn. selaku sekretaris Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn. selaku dosen Penasehat Akademis
5. Ibu Dini Faisal, S.Ds., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual dan selaku penguji pertama yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis.
6. Bapak Rifqi Aulia Zaim, S.Pd., M.Pd.T. selaku penguji kedua yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis.

7. Bapak dan Ibu dosen Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual yang telah memberi ilmu selama proses perkuliahan.
8. *Owner* Semangkok Saja yang telah meluangkan waktu dan menerima ide dari penulis atas perancangan karya akhir ini.
9. Rekan-rekan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan karya akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Dalam rangka penyempurnaan karya akhir ini, penulis mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritikan dan saran, semoga karya akhir ini dapat dijadikan bahan bacaan dan sumber referensi bagi siapapun yang membacanya di masa yang akan datang.

Padang, Februari 2023

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang selalu mendengar doa, keluh kesah dan permintaan saya selama ini.
2. Ayahanda tercinta Amri Deni dan Ibunda tercinta Novri Yeti, terima kasih karena selalu memberikan support dalam berbagai bentuk untuk melewati hari-hari baik di kehidupan saya baik di lingkup kampus maupun luar kampus. terima kasih banyak karena sudah mau selalu direpotkan. Terima kasih untuk dorongan dan motivasi yang sudah diberikan agar saya tetap kukuh dalam pendirian hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Teruntuk Ayahanda dan Ibunda, saya berharap selalu diberi kesehatan, dilancarkan rezekinya dan dipermudah semua urusan ataupun aktivitas yang sedang dihadapi.
3. Kepada saudara saya, kaka saya Mila Andriani, terima kasih karena sudah memberikan motivasi yang kuat dan bantuan berupa *sponsorship* dalam menggarap Karya Akhir ini. Meskipun tidak seberapa tetapi nilai moral yang kalian berikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan Karya Akhir ini. *At least, I love you guys.*
4. Dosen Pembimbing saya Ibu Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds. tak henti hentinya saya mengucapkan terimakasih karena telah membimbing dan juga memberikan masukan serta membantu kelancaran karya akhir ini dari awal hingga akhir perancangan Karya Akhir ini.

5. Kepada para narasumber yang telah memberikan sumber data yang saya butuhkan untuk perancangan karya akhir ini.
6. Teman-teman saya yang telah membantu saya dalam pembuatan Karya Akhir ini.

Padang, Februari 2023
Penulis

Agung Kurniawan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi sekarang ini sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satunya adalah internet. Semakin berkembangnya pemanfaatan internet saat ini sangat dirasakan masyarakat dan bahkan sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat umum. Saat ini banyak fasilitas internet yang dapat memudahkan manusia untuk melakukan komunikasi dan bertukar informasi. Akhirnya teknologi *mobile* menguatkan penggunaan dunia digital menjadi produk yang terjangkau dan dapat memenuhi kebutuhan informasi

Seiring dengan berkembangnya dunia teknologi komputer yang sangat pesat, banyak dari perusahaan dan pelaku usaha yang berlomba – lomba merancang sebuah aplikasi yang mudah dalam penggunaannya, baik dari segi perancangan antarmuka (*interface*) maupun segi teknis lainnya. Hal ini dimaksudkan agar user yang menggunakan aplikasi tidak cepat bosan dan dapat dengan cepat memahami maksud dari tata letak berbagai macam navigasi yang ada pada aplikasi.

Dari perkembangan ini banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media *online* sebagai sarana untuk memasarkan produknya secara *daring*, salah satunya yaitu pelaku usaha di bidang *Food & Beverage (F&B)*. *F&B* adalah bisnis yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan makanan

maupun minuman. Usaha jenis ini tentu dapat kita temui, mulai dari warteg, rumah makan sederhana, kafe, hingga restoran mewah.

Hal tersebut membuktikan bahwa *F&B* dapat dirintis baik dengan modal besar maupun sedikit. Selain itu, *F&B* adalah bisnis yang tak pernah kehilangan pembeli karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok demi kelangsungan hidup. Contoh salah satu *F&B* tersebut yaitu Semangkok Saja.

Semangkok Saja adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang *F&B* yang memiliki *offline store* dan juga melakukan pemasaran produk mereka secara *online* melalui media *online* dan startup. Didirikan pada September 2019 dengan *offline store* yang terletak di kota Pekanbaru – Riau. Produk yang dijual oleh semn

Berdasarkan hasil observasi data yang telah di dapatkan bahwa Jones Hutahean selaku *owner* kurang puas terhadap pemasaran produk yang membuat penjualan produk tidak stabil dan menurun. Namun selang berjalannya waktu *owner* menyadari bahwa terdapat kekurangan/kelemahan dari pemasaran produk yang dilakukan menggunakan *platform* media *online* ini, diantaranya terjadinya miskomunikasi antara *owner* dengan calon konsumen, masalah ketersediaan produk yang di inginkan oleh konsumen. Kemudian kekurangan lainnya adalah tampilan produk yang kurang dikemas dengan baik lewat media *online*, dan hal itu juga membuat efektifitas promosi/penjualan kurang berjalan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan diatas diketahui bahwa masalah yang dihadapi pada usaha bidang *F&B* ini adalah penggunaan media penjualan *online* yang kurang efisien sehingga membuat konsumen sulit untuk berbelanja serta mendapatkan informasi tentang barang yang ditawarkan oleh Semangkok Saja. Melihat dari sisi konsumen yang umumnya menggunakan *smartphone* dalam berkegiatan sehari-hari dan terbiasa dengan tampilan *smartphone*, maka perancangan *website* ini dibuat dalam bentuk *mobile website* yang nantinya *mobile website* tersebut akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen ketika mereka tertarik dengan produk Semangkok Saja. Adapun contoh informasi yang dibutuhkan oleh pembeli seperti informasi harga, stok, detail produk, tata cara pemesanan, pembayaran, alur pemesanan, serta pengiriman jika calon pembeli tertarik untuk memesan suatu produk.

Tujuan perancangan *User Interface Website* “Semangkok Saja” adalah untuk menciptakan media yang lebih informatif dengan memberikan informasi produk yang dapat memudahkan calon konsumen dalam berbelanja serta melakukan promosi penjualan yang lebih baik, efektif dalam promosi serta meningkatkan kepercayaan dari konsumen. Dengan demikian penulis membuat judul dari Karya Akhir ini adalah: “*User Interface Website Semangkok Saja*”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, masalah yang diidentifikasi sebagai berikut :

1. Belum adanya *website* yang dapat mempermudah pemasaran produk secara luas.
2. Belum optimalnya informasi mengenai produk secara detail.
3. Kurangnya media promosi yang dapat menarik minat beli konsumen dengan visualisasi yang menarik.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi penjualan produk dari Semangkok Saja sehingga harus menggunakan media yang lebih efektif guna mencapai konsumen secara menyeluruh. Oleh karena itu penulis membuat perancangan *User Interface* Semangkok Saja sebagai media yang dapat mempermudah pemasaran produk secara luas, memberi pemahaman terhadap *owner* dan karyawannya tentang *website* tersebut, dan melakukan pemasaran di media *online* yang menampilkan visualisasi produk yang dapat menarik minat konsumen terhadap produk Semangkok Saja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis membuat rumusan masalah yaitu: Bagaimana Perancangan *User Interface Website* Semangkok Saja sebagai media yang lebih baik dalam memberikan informasi produk, memudahkan calon pembeli dalam berbelanja serta melakukan promosi penjualan yang lebih baik dan luas dari sebelumnya.

E. Orisinalitas

Berdasarkan dari latar belakang masalah dapat diketahui bahwa tidak adanya *website* dari Semangkok Saja sebagai media yang mempermudah konsumen dalam berbelanja serta menjadi media untuk memasarkan produk secara luas.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, *User Interface Website* yang dirancang adalah orisinal, asli dari ide dan pemikiran sendiri tidak menduplikasi atau menjiplak karya orang lain.

F. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan *User Interface Website* “Semangkok Saja” adalah untuk menciptakan media yang lebih informatif dengan memberikan informasi produk yang dapat memudahkan calon konsumen dalam berbelanja serta melakukan promosi penjualan yang lebih baik, efektif dalam promosi serta meningkatkan kepercayaan dari konsumen