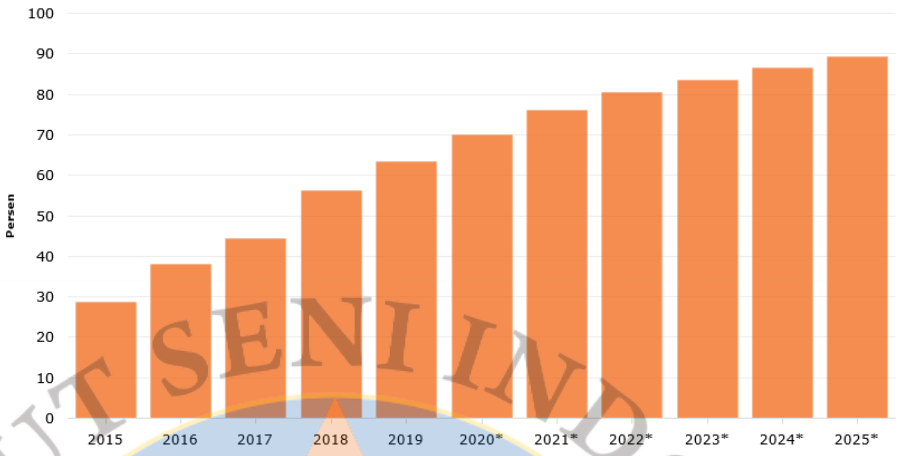
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia, salah satunya untuk kernudahan akses informasi dan komunikasi dimana saja dan kapan saja, sehingga tanpa kita sadari kemudahan informasi itu ada disekitar kita.

Perkembangan ini juga merubah pola perilaku manusia dalam mencari informasi dan bekomunikasi, dalam hal ini terlihat yang dahulunya media cetak merupakan sarana yang sangat efektif dalam penyampaian informasi dan komunikasi, sekarang sudah mengalami pergeseran menuju media berbasis digital seperti komputer dan *smartphone* pola ini sekarang dikenal dengan *HCI (Human Computer Interaction)* atau interaksi manusia dan komputer. Menurut data survey *Statista* tentang pertumbuhan pengguna smarphone Indonesia dari tahun 2015-2025 yang di rilis pada July 2020, penetrasi *smarphone* di tanah air tumbuh 25,9% per tahunnya, penggunaan *smartphone* atau ponsel pintar di Indonesia diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai 89% populasi pada tahun 2025. Berikut diagram pertumbuhan pengguna smartphone yang ada di Indonesia yang diplublikasikan di laman Web *Statista :*



Gambar. 1

Diagram pertumbuhan pengguna smartphone di Indonesia

(Sumber : https://www.statista.com. 2021)

Diakses pada 21 Februari 2021

Pada **Gambar.1** terlihat perkembangan teknologi mempengaruhi penggunaan media digital dan secara langsung mempengaruhi perilaku manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi.

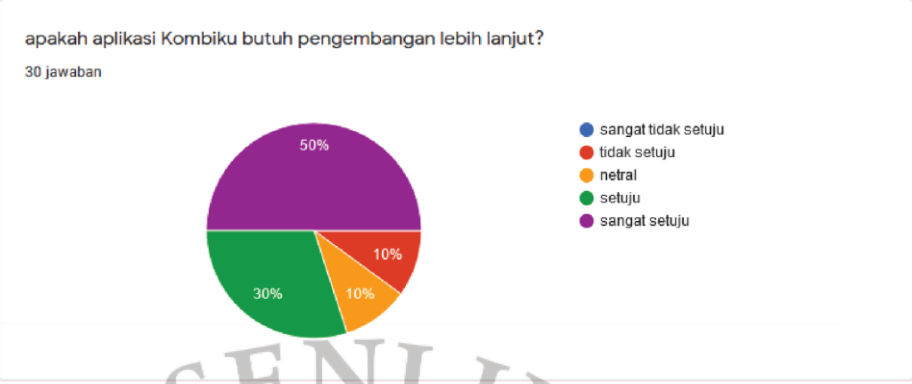
Perkembangan teknologi ini tentu menyentuh segala lini yang menggunakan teknologi digital dalam penyampaian informasi dan komunikasi, tak terkecuali dunia transportasi. Pergeseran kearah teknologi digital dalam dunia transportasi dibuktikan dengan mulai munculnya layanan jasa transportasi berbasis *online*, dimana pengguna transportasi dapat memesan layanan jasa antar jemput melalui aplikasi transportasi online di smarphone.

KOMBIKU sebagai salah satu aplikasi layanan jasa transportasi berbasis *online* telah memulai layananya pada Agustus 2020 di kota Padangpanjang Sumatera Barat, KOMBIKU menghadirkan layanan

transportasi *online* roda dua dan roda empat, selain itu KOMBIKU juga memberikan layanan antar makanan, belanja online, dan angkutan barang.

Kombiku merupakan salah satu bukti perkembangan dan kemudahan berbasis teknologi digital yang ditawarkan bagi pengguna layanan transportasi di kota Padangpanjang yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan layanan transportasi dengan cepat, mudah, dan aman, serta dapat diakses kapan saja dan dimana saja di kota Padangpanjang. Dengan hadirnya KOMBIKU masyarakat pengguna transportasi di kota Padangpanjang dapat memesan transportasi roda dua maupun roda empat dan layanan lainnya secara *online* sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Melalui wawancara yang dilakukan pada setiap pengguna aplikasi KOMBIKU terbukti bahwa pengguna mengalami kesulitan, dan merasa kurang nyaman pada desain antarmuka KOMBIKU dan kebingungan dalam menggunakan aplikasi KOMBIKU untuk pertama kalinya. Dari 30 responden 80% menyatakan setuju dan sangat setuju adanya pengembangan pada aplikasi KOMBIKU, sebagian besar pengguna menyatakan perlunya penataan desain antarmuka aplikasi agar memudahkan pengguna dalam menemukan layanan dan mencari informasi yang dibutuhkan.



Gambar. 2

Diagram hasil penyebaran kuisioner

(Sumber: Robby Rahmat Tryagusta, 2021)

Kesulitan adalah hal yang wajar ditemukan dalam media yang digunakan oleh manusia apalagi jika media itu baru saja diluncurkan, namun hal ini bias diminimalisir dengan penjelasan dan bantuan terhadap pengguna melalui elemen-elemen visual yang ditampilkan dan bagaimana informasi itu tersampaikan dengan hierarki yang mempermudah pengguna dalam menemukan apa yang mereka butuhkan, serta bagaimana pengguna dapat menemukannya dengan mudah dan jelas *(experience)* yang ditata secara baik dengan memberikan informasi pada setiap tindakan yang akan mereka lakukan. Hal ini akan meminimalisir kebingungan terhadap pengguna, karena tampilan antarmuka (*interface*) yang membantu pengguna untuk menggunakan informasi apa saja yang mereka butuhkan serta meminimalisir kebingungan pengguna dalam pencarian dan mengambil keputusan.

Desain antarmuka *(interface)* dan alur informasi *(experience)* pada aplikasi KOMBIKU ini juga menjadi salah satu keluhan yang sering dikemukakan oleh pengguna pada saat wawancara, mereka mengeluhkan pada

saat pertama kali menggunakan aplikasi KOMBIKU mereka membutuhkan waktu untuk memahami elemen yang ada dan informasi yang mereka butuhkan. Hal ini membuktikan bahwa adanya kebingungan pengguna pada saat menggunakan aplikasi, ditambah dengan adanya beberapa layanan yang belum diluncurkan namun telah telah ditampilkan pada laman utama layanan aplikasi.

Bentuk penyampaian informasi dan kemudahan akses merupakan hal yang utama dalam akses media online, *user interface/user experience* merupakan perhatian utama pada media berbasis *online* di jaman sekarang yang berbicara tentang kemudahan dan kenyamanan dalam memberikan informasi. Dalam aplikasi KOMBIKU pengguna merasa kurang nyaman dan kesulitan dalam mendapatkan informasi, dalam hasil wawancara tersebut juga ditemukan adanya harapan pengguna untuk penembangan aplikasi KOMBIKU agar dapat lebih menarik lagi.

KOMBIKU sebagai aplikasi transportasi *online* yang tergolong baru telah diunduh sebanyak 1000 lebih pengguna (playstore, kombiku, 2021). Hal ini membuktikan bahwa KOMBIKU mampu bersaing dengan perusahaan jasa transportasi *online* lainnya. hal ini menjadi acuan seberapa pentingnya pengembangan aplikasi untuk meningkatkan kenyamana pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Wawancara bersama bapak Romi selaku ketua komunitas dan pendiri KOMBIKU pada 10 Desember 2020 mengatakan bahwa aplikasi KOMBIKU adalah aplikasi yang baru saja diluncurkan dan masih memiliki banyak

kekurangan, aplikasi KOMBIKU didesain oleh anggota komunitas dan tidak memiliki desainer khusus guna memperhatikan desain antarmuka, kemudahan informasi, dan tata letak yang bagus dalam perancangan aplikasinya.

Desain antarmuka atau *user interface* sangat diperlukan dalam suatu pembuatan sistem. Dengan adanya antar muka, diharapkan pengguna akan mudah memahami apa yang harus dilakukan dan menghindari terjadinya kebingungan saat menggunakan sistem (Pressman, 2010). Berdasarkan paparan diatas pengembangan dan penataan ulang antarmuka aplikasi KOMBIKU perlu dilakukan guna meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi dan menarik perhatian pengguna baru.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kembali desain antarmuka dan alur informasi pada aplikasi KOMBIKU secara maksimal sehingga kedepannya mampu meningkatkan kenyamanan dan memudahkan pengguna untuk mengoperasikannya?

C. Tujuan dan Manfaat Perancangan

1. Tujuan

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat diketahui tujuan redesain aplikasi transportasi *online* KOMBIKU adalah sebagai berikut :

a. Terciptanya antarmuka yang atraktif dan mudah dimengerti pengguna.

b. Untuk meningkatkan pengguna jasa transportasi *online* KOMBIKU.

2. Manfaat

Manfaat redesain aplikasi transportasi *online* KOMBIKU adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

1) Dapat menyelesaikan proposal tugas akhir dengan tepat waktu

2) Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam memperoleh data yang akurat dan menulis teks ilmiah yang baik dan benar, serta menambah wawasan dalam bidang *user interface* / *user experience*.

b. Bagi Pengguna KOMBIKU

Manfaat yang bisa diperoleh masyarakat sebagai pengguna dengan redesain antarmuka terhadap aplikasi transportasi KOMBIKU yaitu meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi serta memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengikuti alur untuk memperoleh informasi layanan.

c. Bagi KOMBIKU

Perancangan ini dapat dimanfaatkan oleh KOMBIKU untuk memaksimalkan informasi yang ada sehingga dapat meningkatkan pengguna dan mutu pelayanan.

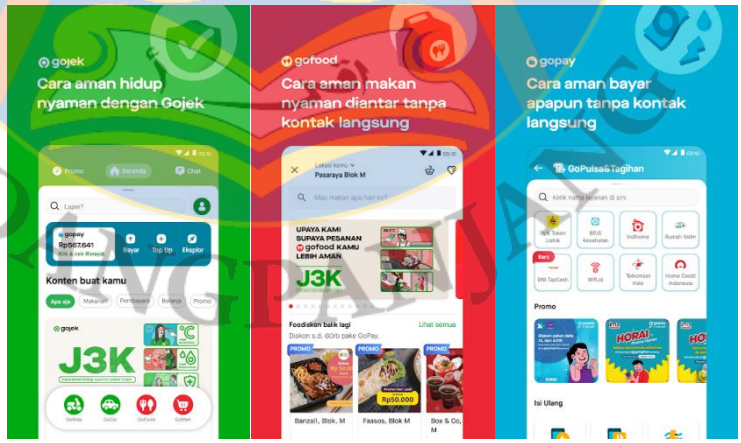
D. Tinjauan Karya

Perancangan redesain aplikasi transportasi *online* KOMBIKU ini perlu ditinjau dari keaslian karyanya, hal ini bertujuan untuk perbandingan karya yang akan diciptakan dengan karya-karya yang telah ada sebelumnya, dan menemukan perbedaan serta hal yang baru dalam karya yang akan dirancang

dan diciptakan. Pada karya ini menggunakan strategi redesain dengan media perancangan yang divisualkan dalam bentuk antar muka, serta media pendukung lainnya seperti poster, Infografis, *x-banner*, dan *marcendise* yang akan mendukung media utama. Konsep desain antar muka dirancang secara menarik, lebih efektif dan dapat mempengaruhi *target audiens* yang menggunakan dan diharapkan desain antar muka ini dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengguna aplikasi KOMBIKU.

Oleh sebab itu untuk memberikan keyakinan suatu karya maka penulis mencoba untuk mencari informasi tentang desain antar muka aplikasi transportasi *online* untuk menyakini bahwa karya tidak ada peniruan, dan berikut beberapa contoh desain antar muka aplikasi transportasi *online* yang sudah ada.

1. GOJEK



Gambar. 3
Desain antar muka aplikasi Gojek
(sumber: Google Playstore, Gojek, 2021)
Diakses pada 10 Januari 2021

Pada karya pembanding di atas merupakan desain antar muka aplikasi GOJEK desain yang interaktif dan menarik serta penempatan *icon* yang mudah dijangkau tentunya memudahkan pengguna dalam menjalankan aplikasi. Dalam perancangan nantinya redesain akan dibuat dengan lebih sederhana dan mengutamakan kemudahan pengguna, serta pemilihan *font* yang cukup jelas agar informasi yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh pengguna.

2. GRAB

Gambar. 4
Desain antar muka aplikasi Grab
(sumber: Google Playstore, Grab, 2021)
Diakses pada 10 Januari 2021

Pada antarmuka diatas penataan *icon* layanan dan informasi tambahan dengan penataan yang sudah terkelompok ini sangat memudahkan pengguna dalam menemukan informasi. Dalam perancangan nantinya redesai akan dibuat dengan pilihan warna yang menarik, serta penggunaan *icon* yang *simple* sehingga mudah mencegah adanya kebingungan oleh pengguna.

3. MAXIM

Gambar 5
Desain antar muka aplikasi Maxim
(sumber: Google Playstore, Maxim 2021)
Diakses pada 10 Januari 2021

Maxim merupakan perusahaan asal Rusia yang sudah berdiri sejak tahun 2003. Pada desain antarmuka aplikasi Maxim ini terlihat lebih kaku dan bersih. Warna yang digunakan juga tidak terlalu banyak dan mencolok, sehingga memudahkan pengguna dalam memilih layanan. Dalam perancangan nantinya redesain akan dibuat dengan material desain yang menarik seperti transisi halaman yang fleksibel dan ilustrasi sederhana, sehingga pengguna tidak merasa bosan ketika manggunakan aplikasi KOMBIKU.

E. Landasan Teori

1. Interaksi Manusia Komputer

Menurut Shneiderman dan Plaisant (2010), Interaksi Manusia dan Komputer adalah sebuah disiplin ilmu yang berhubungan dengan perancangan, evaluasi, dan implementasi sistem komputer interaktif untuk digunakan oleh manusia, serta mempelajari fenomena-fenomena besar yang berhubungan dengannya.

Dari perspektif ilmu komputer, fokus IMK adalah perancangan dan evaluasi antarmuka pemakai (*user interface*). Antarmuka pemakai adalah bagian sistem komputer yang memungkinkan manusia berinteraksi dengan komputer. *Interface* itu sendiri terdiri dari 2 macam yaitu *Command Line Interface (CLI)* yakni Sistem *interface* berbasis teks perintah program, dan *Graphic User Interface (GUI)* yaitu Sistem *interface* yang digambarkan dengan grafis visual seperti tombol, icon, dan lain-lain.

Menurut Shneiderman dan Plaisant (2010), ada faktor-faktor manusia terukur dalam desain antarmuka pengguna antara lain:

a. Waktu Belajar

   Berapa lama waktu yang dibutuhkan oleh pengguna dalam memperlajari perintah dalam suatu tugas. Dengan kata lain kemudahan dalam mengoperasikan sistem.

b. Kecepatan Kinerja

   Berapa lama waktu yang diperlukan untuk melakukan suatu tugas.

c. Tingkat Kesalahan

Berapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna dan kesalahan-kesalahan apa saja yang dilakukan pengguna.

d. Daya Ingat

Kemampuan pemakai mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu. Daya ingat berkaitan dengan waktu belajar dan frekuensi penggunaan system. Sistem juga harus mudah digunakan sehingga penggna hanya memerlukan waktu belajar yang singkat.

e. Kepuasan Subjektif

Bagaimana tingkat kepuasan pengguna terhadap berbagai aspek sistem.

Menurut Shneiderman dan Plaisant (2010), terdapat delapan aturan emas yang harus diperhatikan dalam perancangan antarmuka:

a. Berusaha untuk konsisten

Konsisten dilakukan pada urutan tindakan, perintah, dan istilah yang digunakan pada prompt, menu, serta layar bantuan.

b. Menyediakan *usability* universal.

Pengguna yang beragam dan desain harus mempertimbangkan perbedaan dan pertimbangan dalam hal rentang usia, cacat dan keanekaragaman teknologi.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

c. Memberikan umpan balik yang informatif.

Untuk setiap sistem diharapkan adanya suatu umpan balik bagi pengguna. Respon yang diberikan tergantung dari aksi yang dilakukan.

d. Merancang dialog yang memberikan penutupan (keadaan akhir).

Urutan tindakan sebaiknya diorganisir dalam suatu kelompok dengan bagian awal, tengah, dan akhir. Umpan balik yang informatif akan memberikan indikasi bahwa cara yang dilakukan sudah benar dan dapat mempersiapkan tindakan berikutnya.

e. Memberikan pencegahan kesalahan dan penanganan kesalahan yang sederhana.

Jika kesalahan terjadi, sistem dapat mendeteksi kesalahan dengan cepat dan memberikan mekanisme yang sederhana dan mudah dipahami untuk penanganan kesalahan.

a. Memungkinkan pembalikan aksi yang mudah.

Setiap aksi harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat melakukan pembalikan untuk kembali ke keadaan semula sebelum aksi tersebut dijalankan.

b. Mendukung pusat kendali internal (*internal locus of control*).

User ingin menjadi pengontrol sistem dan sistem akan merespon tindakan yang dilakukan *user* daripada *user* merasa bahwa sistem mengontrol *user*.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

c. Mengurangi beban ingatan jangka pendek.

Keterbatasan manusia dalam mengelola memori jangka pendek menyebabkan dibutuhkannya suatu tampilan yang sesederhana mungkin, pengaturan dalam *multipage*, pergerakan *Window* yang sesedikit mungkin, waktu latihan yang cukup dan optimal serta pengaturan dalam urutan aksi.

2. *UI (User Interface)*

User Interface adalah sebuah metode yang membutuhkan pertimbangan dengan baik saat merancang dan *website*. Hal yang penting dalam pertancangan *User Interface* diantaranya menetapkan tujuan, menentukan pengguna dan meyediakan *content* yang bermanfaat (Leavitt dan Shneiderman, 2010). *Performance website* dapat di ukur dengan seberapa cepat waktu *website* dapat melakukan proses atau transaksi tertentu sehingga menghasilkan kinerja pengguna yang cepat dan efisien (Baltzar dan Phillips, 2008). Berbarengan dengan efisinsi yang merupakan keberhasilan sebuah *website* menghasilakn informasi yang tepat bagi si pengguna (Leavitt dan Shneiderman, 2010).

3. *UX (User Experience)*

Menururt definisi dari ISO 9241-210, *User Experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaa sebuah sistem, produk dan jasa. *User Exper*ience merupakan ilmu yang mengkaji tentang apa yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sistem sehingga mendapatkan kepuasan setelah menggunakannya. Sedangkan menurut

Garret (2011), *User Experience* bukanlah tentang cara kerja dari suatu produk, tingkat kesulitan penggunaan, sesederhana apa dalam mengoperasikan produk hingga pengalaman untuk menemukan, menyerap dan memahami informasi yang tersedia. Adapaun terdapat langkah-langkah *User Experience* (Thai, 2016) :

a. *User Research*

Melakukan wawancara terhadap Pengguna (dalam kasus ini adalah pengguna jasa ojek *online*). *User Research* adalah tahapan untuk mengetahui kebutuhan *user* atau calon user. Salah satu cara untuk mengetahui kebutuhan *user* adalah dengan wawancara.

b. Membuat *User Persona*

User persona adalah dokumentasi yang berisi tentang penjelasan karakteristik *user* digabungkan dengan tujuan, kebutuhan dan ketertarikannya yang menjadi target *user* yang didapatkan dari hasil penelitian tentang *user* yang sesuai target

c. Membuat *User Story/Site Map*

1) User Story

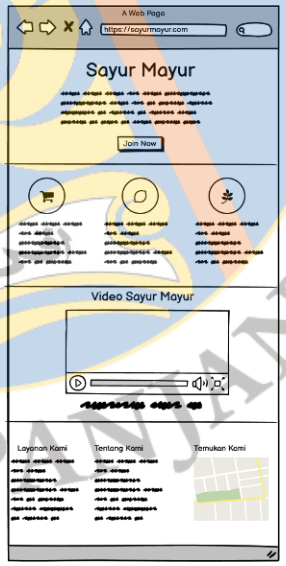
User story adalah kertas atau *sticky note* sebagai media diskusi dimana pada *user story* kita hanya menggunakan deskripsi sederhana yang berfokus kepada *user goal*.

2) *Site Map*

Site map adalah sebuah peta yang berisi berbagai macam direktori yang terdapat dalam sebuah *website/blog*. Istilah yang lebih sederhana adalah daftar isi.

d. Membuat *wireframe* dan interaksi *prototype* desain

Wireframe adalah kerangka dasar dalam sebuah perancangan aplikasi atau *website* yang akan di buat. Ini merupakan tahap paling penting sebelum membuat sebuah aplikasi atau *website* seutuhnya. Pada tahap ini pembahasan tentang *figure, content, interface* dan elemen penting lainnya dibahas dengan detail.



Gambar 6
Contoh *Wareframe*
(sumber: www.niagahoster.co.id, 2021)
Diakses pada 4 Mei 2021

Secara visual, *wireframe* memang hanya berbentuk garis dan kotak tanpa warna. Bahkan tulisan pada *wireframe* berbentuk teks

sederhana atau coretan ala kadarnya. Sebab, yang diutamakan adalah gambaran rancangan halaman *website* saja. Beberapa komponen yang diperlukan dalam membuat sebuah *wireframe* adalah sebagai berikut :

1) *Layout* Utama

   Komponen utama *wireframe* adalah *layout* utama. Komponen ini biasanya berupa kotak-kotak yang telah diatur sesuai dengan tata letak halaman *website*. Dalam komponen ini, terdapat beberapa bagian, seperti *header*, menu navigasi, *body*, hingga letak *side bar*.

2) Komponen *Interface*

   Komponen *interface* adalah komponen yang terkait dengan media interaksi antara tampilan *website* dengan pengunjung. Komponen ini digunakan sebagai penunjang informasi pada pengunjung yang biasanya berupa *button, link*, judul, *font size*, logo, dan lain-lain.

3) Komponen Navigasi

   Salah satu komponen dalam *wireframe website* adalah navigasi. Komponen ini berguna untuk mengarahkan pengunjung menjelajahi *website* Anda dengan mudah. Desain yang digunakan bisa berupa menu, tanda panah, atau ikon lain sesuai keinginan. Dengan komponen navigasi yang jelas, nantinya website akan mampu memberikan *user experience* yang baik kepada pengunjungnya.

4) Komponen Informasi

Komponen informasi merupakan konten utama yang ingin disampaikan pada *audiens*. Contohnya, *input*, *thumbnail*, *link*, paragraf, dan lain-lain. Oleh karena itu, penting untuk menempatkan komponen ini di bagian yang paling mudah dilihat pengunjung.

5) Komponen tambahan

Komponen tambahan bisa dimasukkan dalam *wireframe* sesuai jenis dan kebutuhan *website*. Sebagai contoh jika merancang *website* untuk toko online. Komponen tambahan yang bisa digunakan seperti, fitur cek resi, form konfirmasi pemesanan, hingga layanan *chat* dengan pembeli secara langsung.

4. *Graphical User Interface*

Graphical User Interface (GUI) adalah sebuah antarmuka yang merupakan kumpulan teknik mekanisme untuk berinteraksi dengan sesuatu. (Wilbert O. Galitz, 2007). GUI harus berfokus pada user bukan teknologi yang digunakannya, diawali dengan mengerti pengguna itu sendiri karena fungsi GUI adalah mempermudahh pengguna, sehingga harus mengetahui siapakah pengguna dan bagaimana karakteristiknya.

Adapun diantaranya item *Graphical User Interface* adalah:

a. Tipografi

Tipografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang

tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Menurut Surianto Rustan (2017) secara tradisional tipografi berkaitan dengan *setting* huruf dan percetakannya. Pada prakteknya, saat ini tipografi telah berkolaborasi dengan bidang-bidang lain, seperti: multimedia, *web online*, desain, arsitektur dan lain-lain.

Meredesain *user interface* memerlukan seni menata huruf agar dapat mengkomunikasikan informasi yang ada di dalamnya kepada *user*. Pemilihan jenis huruf harus sangat diperhatikan karena akan mambantu pengguna untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Kurangnya perhatian pada tipografi akan membuat desain menjadi kurang atau tidak komunikatif. Berikut adalah prinsip – prinsip tipografi :

1) *Legibility*

Berhubungan dengan kualitas suatu huruf. Yaitu kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf. Suatu huruf dapat dikatak *legible* apabila masing-masing huruf mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain. Biasanya *legibility* dipengaruhi oleh jenis huruf yang dipakai.

2) *Readibility*

Berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu text. Apabila *legibility* lebih membahas kejelasan karakter satu-persatu huruf, maka *readibility* lebih fokus ke kata atau kalimat.

Teks yang *readable* berarti keseluruhannya mudah terbaca. Biasanya apabila suatu kata sudah *legible* pasti dia *readible*, karena apabila sudah dapat membedakan karakter suatu huruf, maka keseluruhan kata dapat kita baca. Tapi ada kalanya suatu kata yang *legible* tidak *readible*. Contohnya bila masing-masing karakter huruf sudah dapat dibedakan, tapi susunanya dalam komposisi vertikal terbalik-balik, pemenggalan yang tidak benar, atau terlalu berdesak-desakan.

3) *Visibility*

Visibility berhubungan dengan jarak pandang atara pembaca dengan objek. Semakin jauh jarak pandang maka *visibility*-nya akan berkurang, namun apabila tingkat *legibility* dan *readability* suatu huruf sudah baik, maka dengan jarak yang cukup jauh pun akan tetap *visible*.

b. Ikon

Menurut Danesi (2004), Ikon adalah tanda yang mewakili sumber acuan melalui sebuah bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan. Sebuah tanda dirancang untuk mempresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan.

c. Warna

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Menurut Henry Dreyfuss warna adalah zat tertentu yang memberikan warna. Warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dan mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas.

Warna adalah sensasi yang dihasilkan oleh cahaya yang mengenai suatu benda yang mempunyai pigmen warna tertentu, kemudian cahaya yang mengenai benda tersebut akan direfleksikan atau dipantulkan dan ditangkap oleh mata, lalu ditransmisikan dan langsung diterjemahkan oleh otak sebagai sebuah warna. Walaupun pada umumnya warna yang ditangkap oleh setiap mata orang normal sama, namum akan memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai situasi dan kondisi pengamatnya. Misalnya, jika memakai pakaian serba hitam di sebuah mall akan menimbulkan kesan percaya diri, elegan, formal. Namun, jika memakai pakaian serba hitam di tempat pemakaman akan memberikan kesan kelam, duka, kehampaan.

Penggunaan warna yang tepat berbanding lurus dengan kualitas, citra, keterbacaan, dan penyampaian pesan dalam desain sebuah desain. Penerapan warna yang lembut akan menimbulkan kesan romantis, kenyamanan, dan kedamaian. Sedangkan warna-warna yang tegas dan terang akan menimbulkan kesan dinamis. Jadi, warna merupakan unsur desain yang paling utama dan paling berpengaruh, karena warna dapat membawa suasana tertentu, membuat informasi lebih cepat ditangkap oleh pengamat karena warna mampu menarik

perhatian dan menegaskan sesuatu, serta warna menjadikan *layout* tampak lebih indah.

1) Pengelompokan Warna

Pengelompokan warna berdasarkan pigmen warna (zat yang larut dalam air atau minyak), yaitu :

a) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang bukan merupakan hasil pencampuran dari warna apapun, terdiri dari warna merah, kuning, dan biru.

b) Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan warna turunan atau gabungan dari warna-warna primer sehingga menghasilkan warna yang baru, yaitu warna jingga, ungu, dan hijau.

c) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna turunan atau gabungan dari warna-warna sekunder sehingga menghasilkan warna yang baru, yaitu :

- Ungu dicampur ungu menghasilkan warna tertier biru
- Jingga dicampur ungu menghasilkan warna tertier merah
- Hijau dicampur jingga menghasilkan warna tertier kuning

2) Filosofi Warna

a) Warna merah : memberi kesan energi, kekuatan, perjuangan, kegembiraan, kemewahan, dan lain-lain
b) Warna jingga : memberi kesan persahabatan, keadilan, kesuksesan, kehangatan, dan lain-lain
c) Warna kuning : memberi kesan kegembiraan, optimisme, aksi, imajinasi, harapan, imajinasi, dan lain-lain
d) Warna hijau : memberi kesan kesuburan, kesegaran, kesuksesan, keseimbangan, persahabatan, dan lain-lain
e) Warna biru : memberi kesan tenang, kebijakan, kreativitas, kepercayaan, kecerdasan, dan lain-lain
f) Warna ungu : memberi kesan kebangsawanan, aspirasi, kepercayaan yang dalam, keajaiban, dan lain-lain
g) Warna hitam : memberikan kesan perlindungan, kekuatan, formalitas, misteri, dan lain-lain
h) Warna putih : memberi kesan suci, kebersihan, cahaya, kedamaian, spiritual, kesederhanaan, dan lain-lain
i) Warna coklat : memberi kesan persahabatan, kedamaian, produktifitas, dan lain-lain
j) Warna emas : memberi kesan wibawa, kemewahan, kerajaan, kemakmuran, kekayaan, dan lain-lain
k) Warna perak : memberi kesan glamour, mahal, dan kemilau

d. *Layout*

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Menurut Surianto Rustan (2008), *Layout* ialah tata letak elemen-elemen desain pada suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

Layout merupakan usaha untuk mengatur, menyusun atau menata elemen-elemen komunikasi grafis, seperti *text*, dan ilustrasi. agar desain komunikasi visual menjadi komunikatif, atraktif, dan estetik. Jadi secara sederhana *text*, ilustrasi, maupun gambar disusun sedemikian rupa dengan mempertimbangkan posisi, skala, kuantitas, proporsi, serta *white space*-nya, sehingga pesan atau informasi yang disampaikan dapat dengan mudah ditangkap oleh pengamat tanpa kesulitan yang berarti.

Pada dasarnya *layout* memiliki 4 prinsip, yaitu :

1) *Sequence* (Urutan)

   Sequence atau ada juga yang menyebutnya dengan *flow*. *Sequence* berarti mengurutkan informasi dari yang prioritasnya lebih tinggi, sehingga pengamat dapat membaca informasi yang pertama sampai kepada informasi yang terakhir ingin kita sampaikan secara konsekutif. Pengurutan yang biasanya digunakan yaitu pemakaian nomor. Namun, ada cara lain untuk mengurutkan informasi yaitu dengan cara memahami kebiasaan membaca manusia yang pada umumnya dilakukan dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah.

2) *Emphasis* (Penekanan)

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Penekanan dilakukan agar informasi yang disampaikan mendapat perhatian yang lebih dari pengamat. Ada beberapa hal yang dapat kita lakukan untuk memberikan penekanan. Pertama, mengubah ukuran font menjadi lebih besar dibandingkan yang lain atau dapat mengganti jenis font-nya dengan font yang lebih atraktif sehingga lebih mencolok dibandingkan yang lain. Selain itu, kita dapat mengubah warna text dengan warna-warna yang kontras dengan *background*. Selanjutnya kita dapat mewadahi text dengan *shape-shape* yang *divergen* dengan sedikit *white space* sehingga tampak lebih dominan,

3) *Ballence* (Keseimbangan)

Keseimbangan merupakan salah satu poin penting untuk menentukan keberhasilan sebuah desain. Keseimbangan dalam desain dapat dilakukan dengan cara mengatur berat visual dari elemen-elemen komunikasi visual, seperti skala, warna, kontras, dan sebagainya. Kemudian elemen-elemen tersebut diletakkan di posisi yang tepat, ditata, dan dipetakkan dengan baik sehingga pengamat dapat berpindah dari satu bagian ke bagian lain dengan mudah dan nyaman.

Keseimbangan dapat dikelompokan menjadi beberapa bagian:

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

a) Keseimbangan sentral / radial yaitu keseimbangan yang diperlihatkan melalui unsur yang relatif sama dari pusat ke keseluruhan tepi kanan – kiri, atas – bawah.

b) Keseimbangan simetris / formal yaitu keseimbangan yang diperlihatkan melalui unsur yang relatif sama antara bahagian kiri dengan kanan atau antara bahagian atas dengan bawah.

c) Keseimbangan asimetris / inormal yaitu keseimbangan yang diperlihatkan melalui unsur yang ditempatkan di posisi yang berbeda namun tetap memiliki keharmonisan sehingga menimbulkan kesan gerak, bebas, dan spontan.

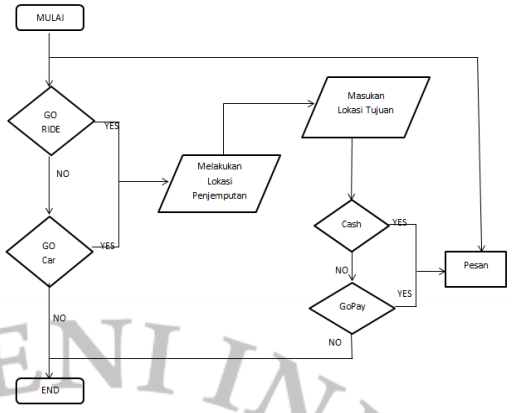
d) Keseimbangan kontras yaitu keseimbangan yang diperoleh dengan menggabungkan unsur yang berbeda dari segi bentuk, ukuran, maupun warna guna menghindari kesan monoton.

4) *Unity* (Kesatuan)

Adanya satu kesatuan antara satu elemen dengan elemen grafis yang lain sehingga membentuk sebuah desain yang selaras dan porposional. Tidak ada elemen-elemen grafis

e. *User flow*

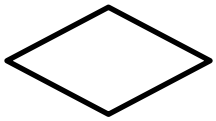
User flow adalah langkah langkah yang harus dilakukan oleh user dalam mengerjakan suatu tugas. Saat membuat user flow, designer sebenarnya sedang memikirkan bagaimana cara memandu user dalam menggunakan produk yang dirancang.



Gambar 7
Contoh *User flow* dengan symbol *Flowchart*
(sumber: www.niagahoster.co.id, 2021)
Diakses pada 4 Mei 2021

User flow merupakan sebuah kerangka untuk dibuatnya sebuah aplikasi atau produk desain, hal ini terkait dengan *user experience* dan disinilah kita melihat atau menentukan kemungkinan apa aja yang akan dilakukan pengguna dalam sebuah media yang dirangcang. Dalam pembuatan user flow digunakan simbol-simbol *flowchart* yang memiliki arti sebagai berikut :

Simbol	Keterangan	Fungsi
	Simbol terminal	Simbol yang menya-takan permulaan (*star*) atau akhir (*stop*) dalam suatu prosess
	Simbol flow	Simbol yang digunakan unuk menyambungkan antar simbol

	Simbol decision	Simbol yang menyatakan kegiatan yang dilakukan oleh komputer
	Simbol keputusan	Simbol yang menyatakan proses *input* / *output* yang terjadi
	Simbol connector	Simbol yang menyatakan sambungan antar proses dalam satu halaman

Tabel 1
Symbol *Flowchart* dan fungsinya
(sumber: kumparan.com, 2021)
Diakses pada 4 Mei 2021

Pembuatan kerangka aplikasi beberapa manfaat *Use flow* di antaranya yaitu:

1) Komunikasi

   Saat merancang suatu produk, orang yang terlibat bukan hanya desainer, melainkan juga pihak lain di dalam perusahaan. *User flow* adalah salah satu cara untuk menjelaskan perjalanan user saat menggunakan produk. Diagram ini mudah dipahami oleh siapa pun.

2) Dokumentasi

   Pada saat proses perancangan produk berjalan biasanya akan terjadi beberapa perubahan, *User flow* berperan sebagai pengingan atau notula pada saat diskusi perancangan terjadi sehingga desainer

tidak kebingungan denga keputusan yang telah diambil serta dapat menjelaskan alasan dari keputusan itu diambil.

3) Focus pada *user*, bukan desain

Saat merancang sebuah produk Idealnya keinginan, ekspektasi, dan aspek lain dari pengguna harus dipertimbangkan. Ini akan menjaga *user experience*, serta membuat pengguna nyaman dengan produk tersebut. Melalui User flow desainer akan melihat perjalanan *user* sejak awal hingga akhir.

5. *New Media*

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008).

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isidan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protocol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009)

Peneliti komunikasi Carrie Heeter (1983) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

a. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.

b. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.

c. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggimenanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.

d. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

e. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini,

siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

f. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988).

6. Estetika Digital

Secara etimologis, istilah estetika berasal dari bahasa Latin *aestheticus* atau bahasa Yunani *aestheticos* yang artinya merasa atau hal-hal yang dapat diserap oleh panca indera manusia. Ada juga yang menyebutkan bahwa arti estetika ialah suatu cabang ilmu filsafat yang membahas tentang keindahan dan biasanya terdapat didalam seni dan alam semesta.

Bruce Allshop pada (1997) mendefinisikan bahwa estetika adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari proses proses penikmatan dan aturan aturan dalam menciptakan rasa kenyamanan. Alshopp juga menjelaskan bahwa estetika merupakan suatu kegiatan edukasi atau pembelajaran mengenai proses dan aturan tentang penciptaan sebuah karya yang nantinya akan menimbulkan perasaan nyaman bagi yang melihat dan merasakanya.

Variasi teknik seni pada saat ini telah banyak menggunakan fitur-fitur teknologi digital dalam media artistik, praktik seni tersebut juga berupaya menyoroti dimensi kultural ataupun efek-efek yang muncul dari penggunaannya, praktik ini disebut juga dengan seni digital atau seni

media baru. Lev Manovic dalam *The Language of New Media* (2001) mengatakan bahwa konten dan media merupakan dua hal yang saling bersenyawa, tidak terpisah, dan dikombinasikan untuk membentuk antarmuka *(interface).* Media baru bukan sekadar alat, melainkan sebuah *cultural interface* yang menghubungkan manusia, teknologi, dan kebudayaan. Pada saat teknologi menjadi sarana untuk mendistribusikan informasi kultural, kata Manovich, manusia tidak lagi terhubung dengan komputer, tetapi pada budaya yang sudah tersandikan dalam bentuk digital.

7. Simbol

Salah satu tokoh yang berbicara tentang simbol yaitu Herbert Blumer (1962), seorang tokoh modern dari teori interaksionisme simbolik ini menjelaskan, menurut Blumer istilah interaksionisme simbolik menunjuk kepada sifat khas dari interaksi antar manusia. Ciri khasnya adalah bahwa manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakanya. Bukan sekedar reaksi belaka dari tindakan seseorang terhadap orang lain.

Simbol merupakan sebuah pusat perhatian yang tertentu, sebuah sarana komunikasi dan landasan pemahaman bersama. Setiap komunikasi, dengan bahasa atau sarana yang lain, menggunakan simbol-simbol. Cassirer memberi petunjuk kepada kodrat manusia mengenai simbol, yakni selalu berhubungan dengan ide/simbol (didasarkan pada pertimbangan prinsip-prinsip empirik untuk memvisualisasikan ide dalam

bentuk simbol), lingkaran fungsi simbol dan sistem simbol (sebagai sistem, memuat bermacam-macam benang yang menyusun jaring-jaring simbolis) (Cassirer, 1987). Simbol tidak saja berdimensi horisontal-imanen, melainkan pula bermatra transenden, jadi horisontal-vertikal, simbol bermatra metafisik (Daeng, 2000)

8. Transportasi *Online*

Kemajuan teknologi di bidang transportasi, menjadi kenyataan sosial budaya yang terjadi di masyarakat, bahwa saat ini internet sangat berpengaruh kepada warga masyarakat dalam menjalani kehidupan masyarakat. Maraknya pengguna *smartphone*, baik sistem *android* maupun *iOS* menjadikan masyarakat bergantung pada *smartphone* serta internet. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri bisnis ojek *online* menghadirkan ojek berbasis *online*. Fenomena transportasi *online* saat ini sedang hangat diperbincangkan, karena pemesanan berbasis aplikasi yang mudah di *download* oleh pengguna *smartphone* baik sistem *android* maupun *iOS*. Pemesanan melalui aplikasi yang mudah membuat ojek *online* diterima dengan cepat di kalangan masyarakat, serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa (Anis Agustin, 2017)

Transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi *online*. Seiring dengan waktu,

kehadiran transportasi *online* ini menimbulkan kecemburuan sosial bagi transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya, baik ojek, taksi, bus dan lain sebagainya.

Untuk menengahi perselisihan tersebut pemerintah Indonesia telah menerbitkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM. 12 Tahun 2019 (Permenhub 12/2019) mengatur mengenai persyaratan terkait keselamatan dan keamanan yang harus dipenuhi oleh pengemudi maupun perusahaan aplikasi. Termasuk dalam cakupan pengaturannya, antara lain, adalah kewajiban bagi pengemudi untuk memiliki Surat Izin Mengemudi, tidak membawa penumpang melebihi dari satu orang, dan mengendarai kendaraan bermotor dengan Surat Tanda Kendaraan Bermotor yang masih berlaku.

Berikut adalah isi Peraturan Menteri Perhubungan tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang digunakan untuk Kepentingan Masyarakat :

Pasal 11

a. Perhitungan biaya jasa diperuntukkan bagi penggunaan Sepeda Motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi.
b. Formula perhitungan biaya jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
    1) biaya langsung; dan

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

2) biaya tidak langsung.

c. Biaya langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a terdiri atas biaya:

1) penyusutan kendaraan;
2) bunga modal;
3) pengemudi;
4) asuransi;
5) pajak kendaraan bermotor;
6) bahan bakar minyak;
7) ban;
8) pemeliharaan dan perbaikan;
9) penyusutan telpon seluler;
10) pulsa atau kuota internet; dan
11) profit mitra.

d. Biaya tidak langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b berupa jasa penyewaan aplikasi.

e. Pedoman perhitungan biaya jasa ditetapkan oleh Menteri.

f. Penetapan oleh Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (5) ditandatangani oleh Direktur Jenderal atas nama Menteri.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Pasal 12

a. Perusahaan Aplikasi wajib menerapkan biaya jasa berdasarkan formula dan pedoman perhitungan biaya jasa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11.

b. Dalam menerapkan besaran biaya jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Perusahaan Aplikasi harus terlebih dahulu melakukan pembahasan dengan pemangku kepentingan.

c. Setelah biaya jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diterapkan, Perusahaan Aplikasi wajib melakukan sosialisasi dan melakukan pengumuman kepada Pengemudi dan Penumpang.

Pasal 13

d. Menteri melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai formula dan pedoman perhitungan biaya jasa.

9. KOMBIKU

KOMBIKU adalah perusahaan transportasi berbasis *online* yang ada di kota Padangpanjang Sumatera Barat, KOMBIKU berdiri sejak pertengahan Agustus 2020 berawal dari komunitas *driver* ojek *online* yang bernama REDkombi yang merupakan singkatan dari "*Retired Extreme Dangerous* Kota Serambi Mekah".

Berhentinya layanan ojek *online* di kota Padangpanjang membuat pengurus REDkombi memutuskan untuk mendirikan KOMBIKU. Sebagai layanan jasa transportasi *online* yang masih terbilang baru KOMBIKU cukup menarik perhatian masyarakat, pengunduh aplikasi ini di playstore

sudah mencapai 1000 lebih (Google Playstore, Kombiku, Januari 2021). Namun masih banyak kekurangan yang dimiliki KOMBIKU, mulai dari terbatasnya *driver*, jumlah layanan dan keterbatasan server yang ada untuk menampung aplikasi.

Berikut tampilan aplikasi KOMBIKU :

Gambar. 8
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber: Google Play, kombiku, 2021)
Diakses pada 21 Maret 2021

F. Metode Penciptaan

1. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah suatu teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data demi memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan media desain komunikasi visual. Untuk

mengumpulkan data pengkarya dapat langsung terjun ke lapangan dan mendokumentasikannya dalam bentuk catatan, foto, maupun maupun rekaman suara yang nantinya berguna dalam proses perancangan dan pembuatan karya. Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu:

a. Data Verbal

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran *real* suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang di perlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Jonathan Sarwono, 2006)

Melakukuan observasi dan pencobaan langsung dalam pemakaian aplikasi KOMBIKU, mempelajari secara langsung kesulitan-kesulitan yang dialami pengguna dalam menjalankan aplikasi KOMBIKU, sekaligus meneliti bagian-bagian yang dirasa memiliki antarmuka yang kurang nyaman dan membingungkan.

2) Wawancara

Tidak semua data dapat diperoleh dengan observasi. Oleh karena itu peneliti harus mengajukan pertanyaan kepada partisipan. Pertanyaan sangat penting untuk menangkap persepsi, pikiran,

pendapat, perasaan seseorang tentang suatu gejala peristiwa, fakta atau realita. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan patisipan. Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara dengan yang diwawancarai (Moelong, 2001).

Wawancara dilakukan agar dapat lebih dalam mengetahui apa saja fitur dan layanan KOMBIKU, dalam wawancara bersama pengurus KOMBIKU peneliti menemukan beberapa hal yang tidak diperhatikan dalam proses perancangan aplikasi, bapak Romi selaku ketua komunitas dan sekaligus pendiri KOMBIKU mengakui bahwa memang tidak memperhatikan antarmuka dikarenakan tidak adanya tim desainer khusus pada perancangan aplikasi KOMBIKU, hal ini menjadikan pengguna kebingungan dalam menggunakan aplikasi KOMBIKU.

Berikut beberapa dokumentasi wawancara yang peneliti lakukan :

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Gambar. 9
Wawancara bersama bapak Romi, Ketua KOMBIKU
(Dokumentasi : Robby Rahmat Tryagusta 10 Desember 2020)

Gambar. 10
Wawancara bersama bapak Ilham pengguna KOMBIKU
(Dokumentasi : Robby Rahmat Tryagusta 10 Desember 2020)

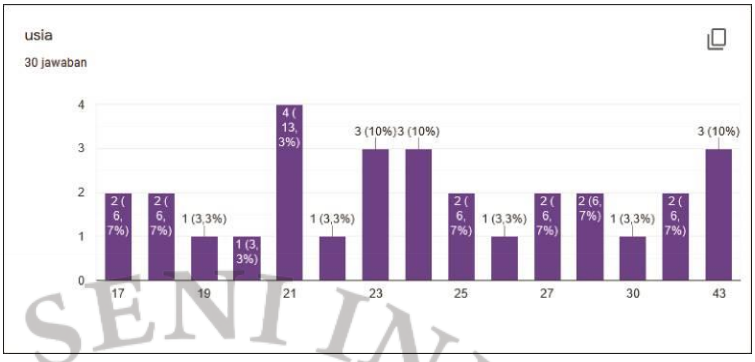
Gambar. 11
Wawancara bersama bapak Rudi, Mitra pedagang KOMBIKU
(Dokumentasi : Robby Rahmat Tryagusta 10 Desember 2020)

3) Kuisioner

Menurut sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

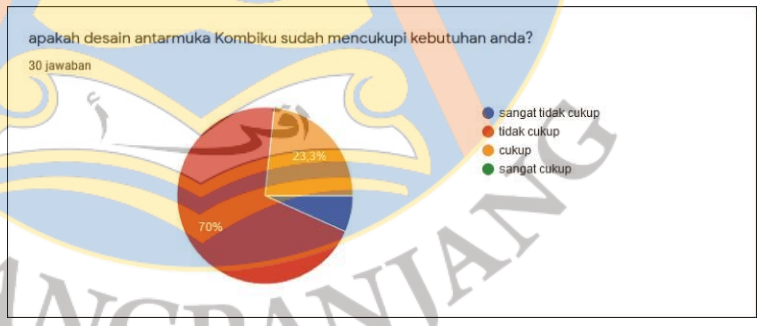
Kuisioner dilakukan guna mengetahui seberapa besar kesulitan yang dialami pengguna dalam menggunakan aplikasi KOMBIKU, dalam kuisioner juga penulis mengetahui tanggapan pengguna terhadap aplikasi KOMBIKU. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui media *whatsapp* dan *email* guna mengetahui tingkat kesulitan yang dialami pengguna saat menggunakan aplikasi KOMBIKU serta kekurangan yang terdapat di dalamnya.

Berikut beberapa hasil kuesioner yang diperoleh dari 30 responden:



Gambar. 12
Diagram hasil kuisioner secara daring
(Sumber : Robby Rahmat Tryagusta 2021)

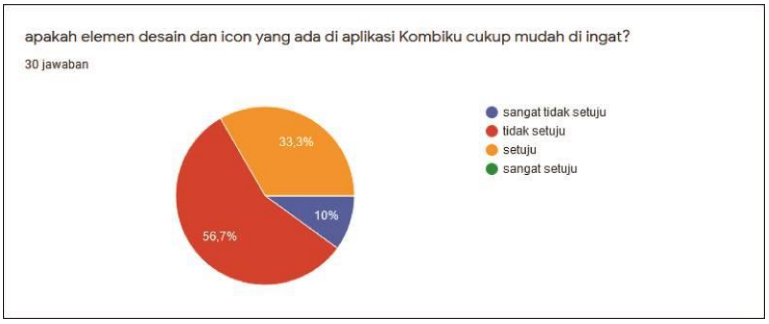
Pada **Gambar.12** dapat di lihat bahwa usia responden yang mengisi kuesioner berusia 17 – 43 tahun, dimana pada usia ini pengguna sangat bergantung dengan *smartphone*.



Gambar. 13
Diagram hasil kuisioner secara daring
(Sumber : Robby Rahmat Tryagusta 2021)

Pada **Gambar.13** dapat di lihat 70% pengguna Kombiku tidak cukup puas dengan tampilan antarmuka yang ada di aplikasi KOMBIKU.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG



Gambar. 14
Diagram hasil kuisioner secara daring
(Sumber : Robby Rahmat Tryagusta 2021)

Pada **Gambar.14** dapat di lihat bahwa 58% pengguna tidak dapat memahami navigasi dan ikon yang ada di aplikasi KOMBIKU, sehingga pengguna merasa kebingungan ketika akan memesan layanan.

4) Kepustakaan

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2001).

Metode kepustakaan adalah mencari data literatur yang berhubungan dengan desain komunikasi visual, meliputi buku, koran, majalah, internet, dan media komunikasi lainnya yang erat kaitannya dengan perancangan ini sehingga dapat menambah

wawasan pengkarya dalam proses penggarapan desain antarmuka aplikasi KOMBIKU.

5) Studi Lapangan

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh agar perancangan ini tercapai target yang ingin dituju maka diberikan batas ruang lingkup pada perancangan Desain Antarmuka Aplikasi Transportasi *Online* KOMBIKU. Berikut ini merupakan penjabaran ruang lingkup perancangan yaitu:

a) Demografis

Berdasarkan faktor demografis *target audien* dari perancangan ini yaitu remaja dan dewasa baik ditinjau dari usia maupun jenis kelamin.

Umur : 14-65 Tahun

Terdiri dari: : Remaja dan Dewasa

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

b) Geografis

Berdasarkan faktor geografis perancangan ini meliputi wilayah kota Padangpanjang Sumatera Barat.

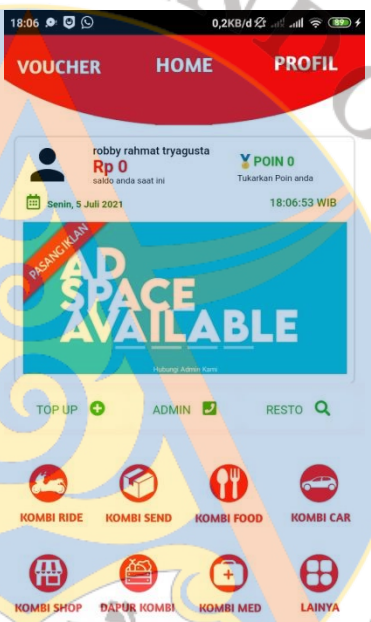
c) Psikografis

Target audiens yang akan dituju adalah remaja dan dewasa usia 14-65 tahun yang secara psikologis aktif dalam menggunakan *social media*.

d) *Behaviour*

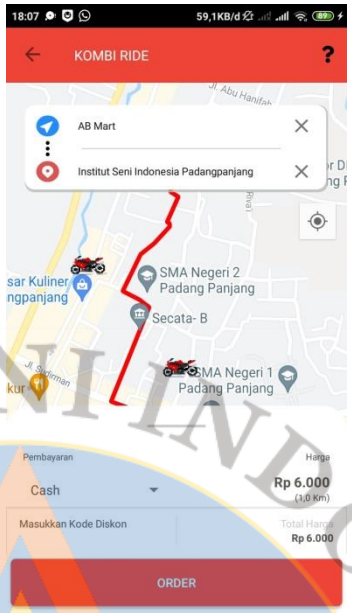
Perilaku *target audiens* usia remaja san dewasa dinilai lebih berhati-hati dalam memilih aplikasi layanan jasa, baik dari segi pelayanan, kenyamanan saat menggunakan, dan fitur yang ditawarkan.

b. Data Visual



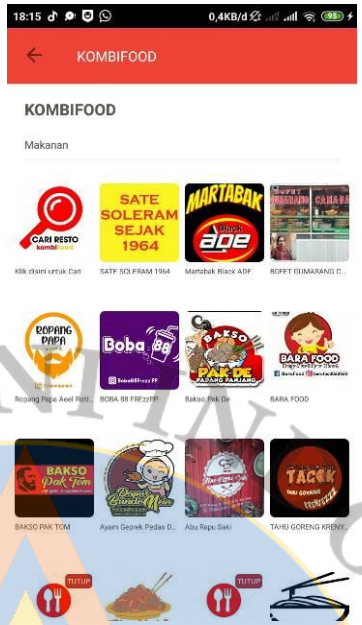
Gambar. 15
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber : google play, KOMBIKU. 2021)
Diakses pada 5 Juli 2021

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG



Gambar. 16
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber : Google Playstore, KOMBIKU, 2021)
Diakses pada 5 Juli 2021

Gambar. 17
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber : Google Playstore, KOMBIK, 2021)
Diakses pada 5 Juli 2021



Gambar. 18
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber : Google Playstore, KOMBIKU, 2021)
Diakses pada 5 Juli 2021

Gambar. 19
Tampilan antarmuka aplikasi KOMBIKU
(Sumber : Google Playstore, KOMBIKU, 2021)
Diakses pada 5 Juli 2021

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

2. Teknik Analisis Data

a. *WEBUSE (Website Usability)*

Menurut *International Organization for standardization (ISO), Usability* adalah sebagai tingkat dimana produk bisa digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuannya dengan lebih efektif, efisien, dan memuaskan dalam ruang lingkup penggunanya.

Nelson (2012) mengemukakan 5 atribut *usability* berdasarkan pada evaluasi *website usability* yaitu :

1) *Learnability*, berkaitan dengan seberapa mudah suatu aplikasi atau *website* digunakan. Kemudahan tersebut diukur dari pemakaian fungsi-fungsi dan fitur yang tersedia.
2) *Efficiency*, berkaitan dengan kecepatan dalam pengerjaan tugas dalam *website* atau aplikasi perangkat lunak tertentu.
3) *Memorability*, berkaitan dengan kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu. Kemampuan tersebut diarahkan oleh tata letak desain *interface* yang relatif tetap.
4) *Errors*, berkaitan dengan kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh yang dilakukan oleh pengguna selama berinteraksi dengan *website* atau aplikasi tertentu.
5) *Satisfaction*, berkaitan dengan kepuasan pengguna setelah menggunakan *website* atau aplikasi. Pengukuran terhadap

kepuasan juga meliputi aspek manfaat yang didapat dari pengguna selama menggunakan perangkat tertentu.

Metode ini digunakan untuk menganalisis tingkat *usability* dari aplikasi KOMBIKU, mulai dari kemudahan pengguna, tata letak, elemen desain hingga tingkat *error* yang dilakukan pengguna. Peneliti akan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pengguna aplikasi KOMBIKU.

3. Teknik Penyajian Analisis

a. Penyebaran Kuesioner

Pengumpulan data melalui kuesioner ini bertujuan untuk melihat *usability* dari aplikasi KOMBIKU, pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Peneliti memberikan kuesioner kepada pengguna aplikasi KOMBIKU.
2) Dalam penelitian ini akan dilihat apakah secara umum tingkat *usabilitas* dari aplikasi KOMBIKU memenuhi kriteria *usabilitas* menurut *Jacob Nielsen*, maka pertanyaan kuisioner dibagi dalam 5 kelompok pertanyaan ditambah dengan satu pertanyaan yang menanyakan pengembangan aplikasi. Kelompok pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:
   a) Pertanyaan 1-3 berguna untuk mengukur apakah sistem aplikasi KOMBIKU mudah dipelajari (*Learnable*) sehingga

pengguna tidak mengalami kesulitan pada saat mengoperasionalkan.

b) Pertanyaan 4-6 berguna untuk mengukur apakah pengguna sistem yang sama menunjukkan sedikit upaya untuk mengoperasikan sistem tetapi memberikan hasil yang diharapkan (*Efficient*) sehingga proses terasa lebih cepat.

c) Pertanyaan 7-9 berguna untuk Mengukur apakah fungsi dan fitur sistem KOMBIKU mudah diingat (*Memorable*) pada saat dioperasikan oleh pengguna sehingga *user* tidak mengalami kesulitan setiap kali berinteraksi dengan antarmuka sistem.

d) Pertanyaan 10-13 berguna untuk mengukur apakah pada suatu saat sistem aplikasi KOMBIKU menunjukkan sejumlah kesalahan (*Error*) perhitungan atau operasi yang tidak dikehendaki, disamping itu apakah sistem juga menyediakan pesan kesalahan sehingga pengguna menyadari ada yang tidak beres dari kerja sistem.

e) Pertanyaan 14-15 berguna untuk mengukur apakah aplikasi KOMBIKU dapat memuaskan (*satisfaction*) pengguna sehingga pengguna merasa nyaman saat mengoperasikannya.

f) Pertanyaan 16 berguna untuk mengetahui tanggapan pengguna seputar pengembangan aplikasi KOMBIKU.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

b. Tahapan Analisis

Tahapan dalam pengujian *usability* menggunakan metode *webuse* adalah:

1) Responden mengisi semua pertanyaan yang ada pada kuesioner.
2) Merit digunakan berdasarkan jawaban dari user untuk setiap pertanyaan, kemudian diakumulasi untuk setiap kategori *usability*.
3) Poin kategori *usability* adalah nilai rata - rata dari masing-masing kategori.
4) Poin *usability* dari aplikasi adalah *mean value* dari masing-masing kategori.
5) Tingkatan *usability* ditentukan berdasarkan poin *usability*.

Terdapat 5 pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju setiap jawaban mempunyai poin merit nya masing – masing.

Pilihan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
Merit	1	2	3	4	5

Tabel. 2
Pilihan kuisioner dan point merit
(Sumber : Robby Rahmat tryagusta. 2021)

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Hasil dari semua poin *usability* adalah nilai rata-rata dari ke lima kategori nantinya disimpulkan menjadi *level usability* tersebut berikut tabel hubungan poin *usability* dengan *level usability.*

Poin, X	0<=X<=1	1<X<=2	2<X<=3	3<X<=4	4<X<=5
Level usability	*Bad*	*Poor*	*Moderate*	*Good*	*Exellent*

Tabel. 3
Level Usability menurut nilai rata-rata
(Sumber : Robby Rahmat tryagusta. 2021)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bila:

1) Jika poin X lebih besar sama dengan 0, dan x lebih kecil atau sama dengan 1 maka usability level *Bad*
2) Jika poin X lebih besar dari 1, dan X lebih kecil atau sama dengan 2 maka usability level *Poor*
3) Jika poin X lebih besar dari 2, dan X lebih kecil atau sama dengan 3 maka usability level *Moderate*
4) Jika poin X lebih besar dari 3, dan X lebih kecil atau sama dengan 4 maka usability level *Good*
5) Jika poin X lebih besar dari 4, dan x lebih kecil atau sama dengan 5 maka usability level *Excellent.*

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

c. Deskripsi hasil Analisis

Data yang telah terkumpul diubah dalam bentuk merit yang kemudian akan dihitung rata-ratanya, atau yang disebut dengan *point usability* dari setiap pertanyaan. Berikut hasil perhitungan setiap pertanyaan dari data yang telah dikumpulkan.

Variabel	Indikator	Point Usability
Learnable	X1.1	3.67
	X1.2	3.07
	X1.3	3.83
Efficient	X2.1	3.33
	X2.2	4.03
	X2.3	3.57
Memorable	X3.1	3.43
	X3.2	3.30
	X3.3	3.50
Error	X4.1	2.43
	X4.2	3.40
	X4.3	3.97

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Satisfaction	**X5.1**	**3.07**
	X5.2	**3.40**
	X5.3	**3.90**

Tabel. 4
Hasil perhitungan dari tiap-tiap pertanyaan
(Sumber : Robby Rahmat tryagusta. 2021)

Kemudian merit diakumulasikan berdasarkan 5 kategori *usability*, nilai rata - rata untuk setiap kategori dianggap sebagai *point usability* untuk setiap kategori dengan menggunakan rumus dibawah ini :

$$x = \frac{[\sum(Merit\ untuk\ setiap\ pertanyaan\ pada\ kategori)]}{[Jumlah\ pertanyaan\ ]}$$

Setelah diakumulasi barulah diketahui hasil perhitungan rata-rata dari masing-masing kriteria *usability* beserta *level usability* seperti pada table berikut :

Variabel	***Point Usability***	***Level Usability***
Learnable	3.32	*Good*
Efficient	3.64	*Good*
Memorable	3.41	*Good*
Error	3.26	*Good*

Satisfaction	3.45	*Good*

Tabel. 5
Level usability yang diperoleh Kombiku
(Sumber : Robby Rahmat tryagusta. 2021)

Semua variabel mendapatkan hasil *Good* atau sudah baik walaupun dengan skor berbeda beda, angka ini sudah mendekati level *excellent* hanya satu tinggkat dibawahnya, tentunya hal ini bisa terjadi di karenakan aplikasi KOMBIKU belum dirasa optimal atau sempurna oleh pengguna,

Dalam tabel diatas bisa dilihat hasil analisis dari setiap variabel adalah sebagai berikut :

1) Variabel *Learnable* mendapatkan point 3.32 yang berarti aplikasi KOMBIKU memiliki level usability dengan nilai *Good*, point ini masih dibawah rata-rata point keseluruhan yang berarti pengguna msih kebingungan dalam menjalankan aplikasi KOMBIKU.
2) Variable *Efficient* mendapatkan point 3.64 yang berarti *Good*, meskipun masih belum menyentuh level *excellent*, point variabel ini adalah yang paling tinggi diantara variable lainnya, sehingga aplikasi KOMBIKU dirasa sudah cukup tanggap dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pengguna meskipun masih terdapat permasalahan dalam tingkat keterbacaan aplikasi.

3) Variable *Memorable* mendapat point 3.41 yang berarti memiliki *usability* di level *Good*, meskipun memiliki level *Good*, variabel ini termasuk memiliki point yang rendah dibanding yang lainnya, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi KOMBIKU masih mengalami kesulitan dalam mengingat informasi dan layanan yang disediakan.
4) Variabel *Error* mendapat point 3.26 yang berarti *Good*, variabel ini mendapatkan point yang paling rendah diantara variabel lainnya, hal ini membuktikan bahwa masih banyak kesalahan yang terjadi ketika pengguna berinteraksi dengan aplikasi KOMBIKU.
5) Variabel *Satisfaction* mendapat poin 3.45 yang berarti *Good*, jika dilihat dari point yang masih jauh dari level *excellent*, meskipun pengguna sudah merasa cukup nyaman dalam menggunakan aplikasi KOMBIKU namun antarmuka yang ada masih belum mampu memuaskan pengguna.

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa perlunya pengembangan lebih lanjut terhadap aplikasi KOMBIKU guna mengoptimalkan layanan yang ada, serta meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pengguna.