

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang di PT Jaya Santoso Teknologi, posisi magang ditempatkan sebagai *UI/UX Designer* di bawah naungan Divisi Produk yang dipimpin oleh *Chief Product Officer (CPO)*. Tim *UI/UX Designer* terdiri dari empat anggota, yakni tiga anggota magang tetap dan satu anggota magang paruh waktu. Dalam struktur organisasi, tim ini berada di bawah bimbingan langsung *VP of Product*, yang juga berkoordinasi dengan *Product Owner* dalam proses pengembangan dan penyempurnaan desain antarmuka pengguna. Selama program magang, pengawasan langsung dilakukan oleh *VP of Product* sebagai atasan pembimbing utama dalam tim *UI/UX*. Koordinasi kerja dilakukan secara daring melalui platform komunikasi internal seperti Google Meet dan Zoom, baik untuk rapat tim maupun pemberian tugas. Hasil kerja kemudian disampaikan kepada *VP of Product* melalui platform desain Figma, yang menjadi media utama untuk dokumentasi, manajemen proyek, serta pembuatan *benchmarking*, *wireframe* dan prototipe desain. Dalam proses perancangan antarmuka, digunakan Figma sebagai alat utama dan tidak terdapat keterlibatan langsung dalam pengkodean (*coding*), karena implementasi desain dilakukan oleh tim Front-End setelah desain disetujui.

Alur kerja sebagai *UI/UX Designer* ditetapkan oleh *VP of Product*. Setiap proyek umumnya diawali dengan permintaan dari klien atau atasan terkait kebutuhan desain, yang kemudian diteruskan kepada tim *UI/UX* melalui briefing, pesan pribadi, atau komunikasi melalui grup internal.

3.2 Tugas yang Dilakukan

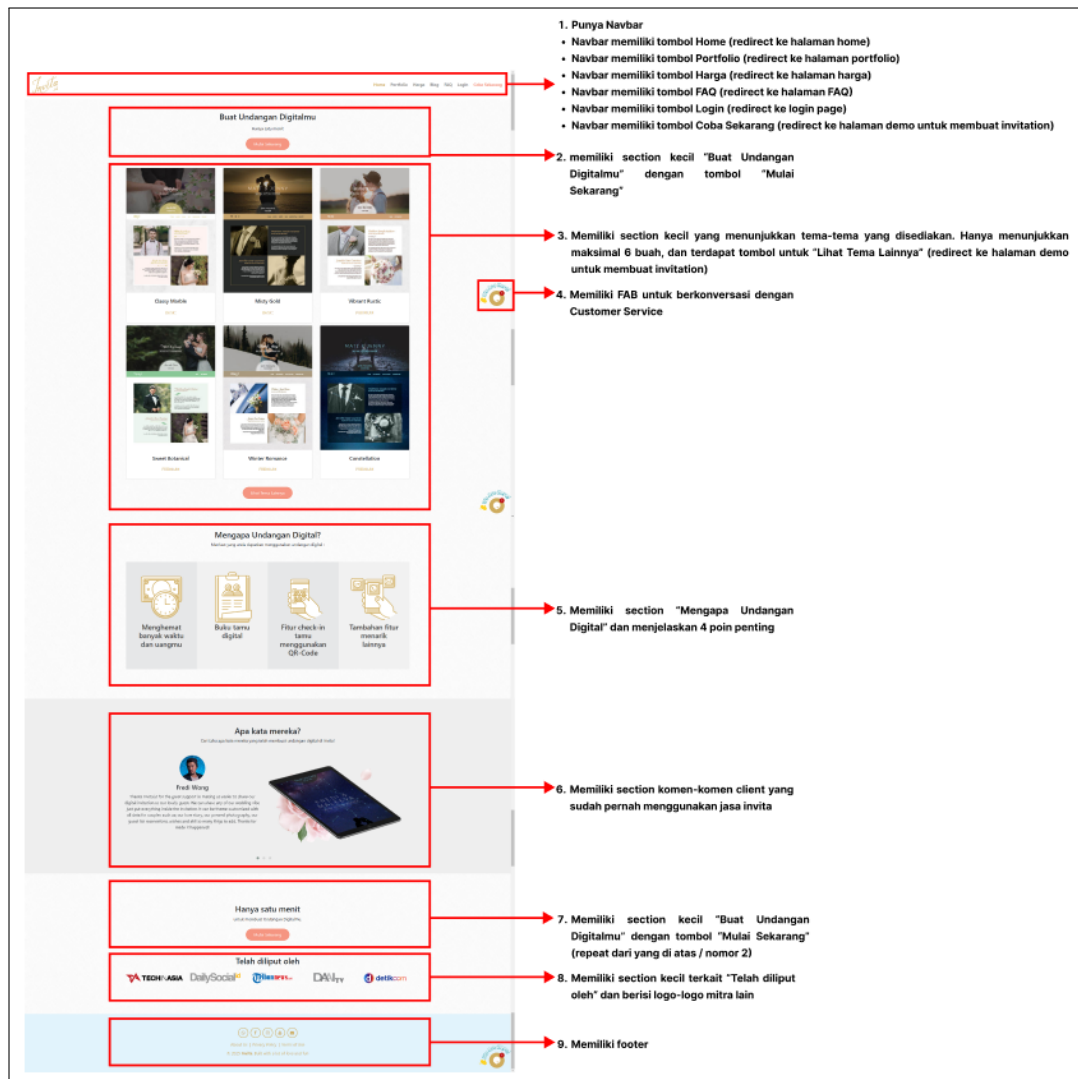
Sebagai anggota tim *UI/UX Designer*, tanggung jawab utama difokuskan pada pembuatan rancangan antarmuka pengguna (*user interface*) yang intuitif dan menarik, serta memastikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal dalam penggunaan produk digital perusahaan. Selama proses pengerjaan proyek, setiap anggota tim *UI/UX* diberikan *deadline* mingguan agar tetap fokus dalam penyelesaian tugas dan dapat memenuhi ekspektasi hasil dalam waktu yang ditentukan. Selain itu, tergantung pada jenis tugas yang diberikan, anggota *UI/UX*

Designer dapat ditugaskan dalam kelompok maupun bekerja secara individual.

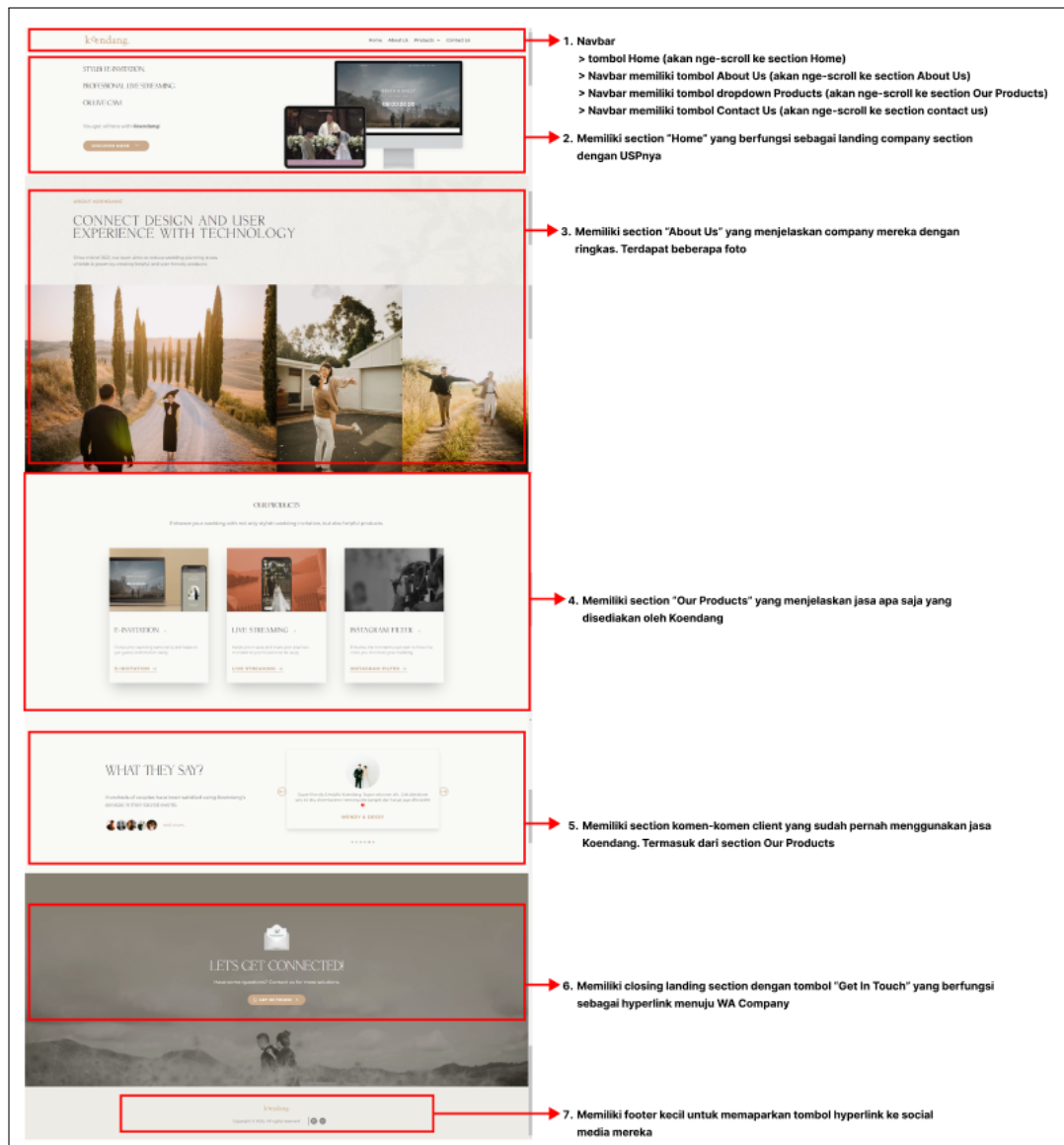
3.2.1 Benchmarking

Sebelum desain antarmuka dapat dikembangkan, *UI/UX Designer* diharuskan untuk melakukan riset terlebih dahulu terkait produk-produk dari perusahaan lain yang menyerupai permintaan klien atau atasan. Tahap ini disebut sebagai tahap *Benchmarking*. *Benchmarking* adalah proses membandingkan kinerja, praktik, dan produk perusahaan dengan milik pesaing terkemuka atau standar industri untuk mengidentifikasi praktik terbaik. Tujuannya adalah untuk memahami dan mengadaptasi praktik tersebut guna meningkatkan kinerja perusahaan dan meraih keunggulan kompetitif. Proses berkelanjutan ini membantu organisasi meningkatkan efisiensi, kualitas, dan efektivitas keseluruhan dalam operasinya. [9]. Dalam konteks antarmuka, tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi fitur-fitur umum yang ada pada produk yang serupa serta fitur-fitur apa saja yang tidak ada. Dengan memahami ekspektasi pengguna berdasarkan produk serupa yang sudah ada, *UI/UX Designer* dapat merancang antarmuka yang lebih relevan, kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Contoh dari *benchmarking* dapat dilihat pada gambar 3.1 dan gambar 3.2. Pada masing-masing halaman situs web, konten-konten disorot serta dijelaskan apa saja yang ada atau tidak ada di dalamnya. Semakin rinci deskripsinya, semakin mudah untuk membandingkannya.





Gambar 3.1. Contoh hasil *benchmarking* pada halaman situs A



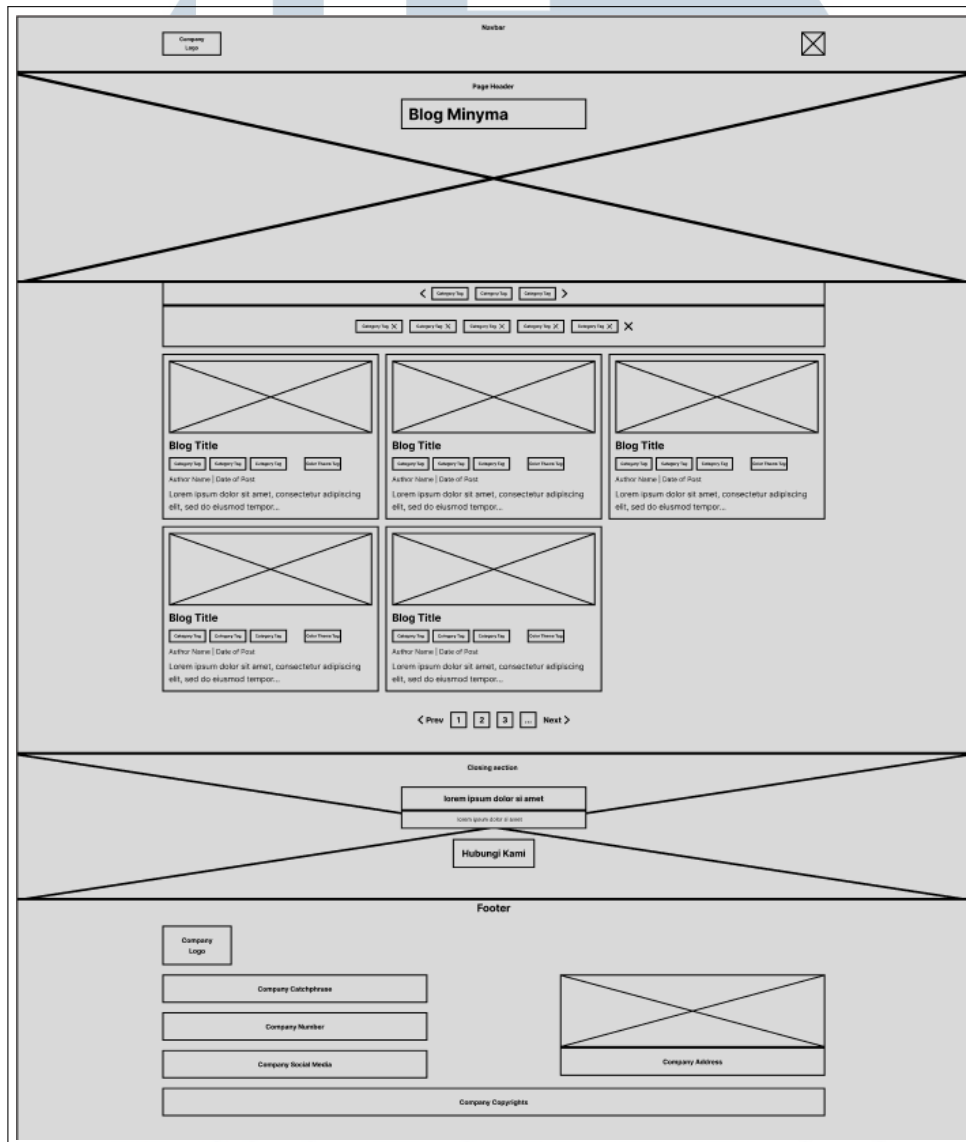
Gambar 3.2. Contoh hasil *benchmarking* pada halaman situs B

Walaupun *VP of Product* tidak menyebutkan secara eksplisit jumlah maksimal produk serupa yang harus dianalisis, *VP of Product* menggarisbawahi pentingnya setidaknya dua produk serupa untuk dianalisis. Tahap *benchmarking*, beserta fase-fase berikutnya, semuanya dilakukan di Figma.

3.2.2 Wireframing

Setelah fase *benchmarking* usai, *UI/UX Designer* dapat berlanjut ke tahap berikutnya, yaitu *Wireframing*. *Wireframing* adalah metode desain antarmuka pengguna yang berfokus pada pembuatan sketsa kasar struktur, tata letak, dan

hierarki informasi, tanpa memperhatikan elemen estetika seperti warna dan bentuk. Teknik ini membantu perancangan antarmuka pengguna yang intuitif dan efektif secara sistematis [10]. Tampilan umum sebuah *wireframe* dapat dilihat pada gambar 3.3. Dalam *wireframing*, elemen visual seperti gambar pada umumnya digantikan oleh gambar pengganti atau *placeholder*.



Gambar 3.3. Contoh pengembangan *wireframe* sebuah halaman situs

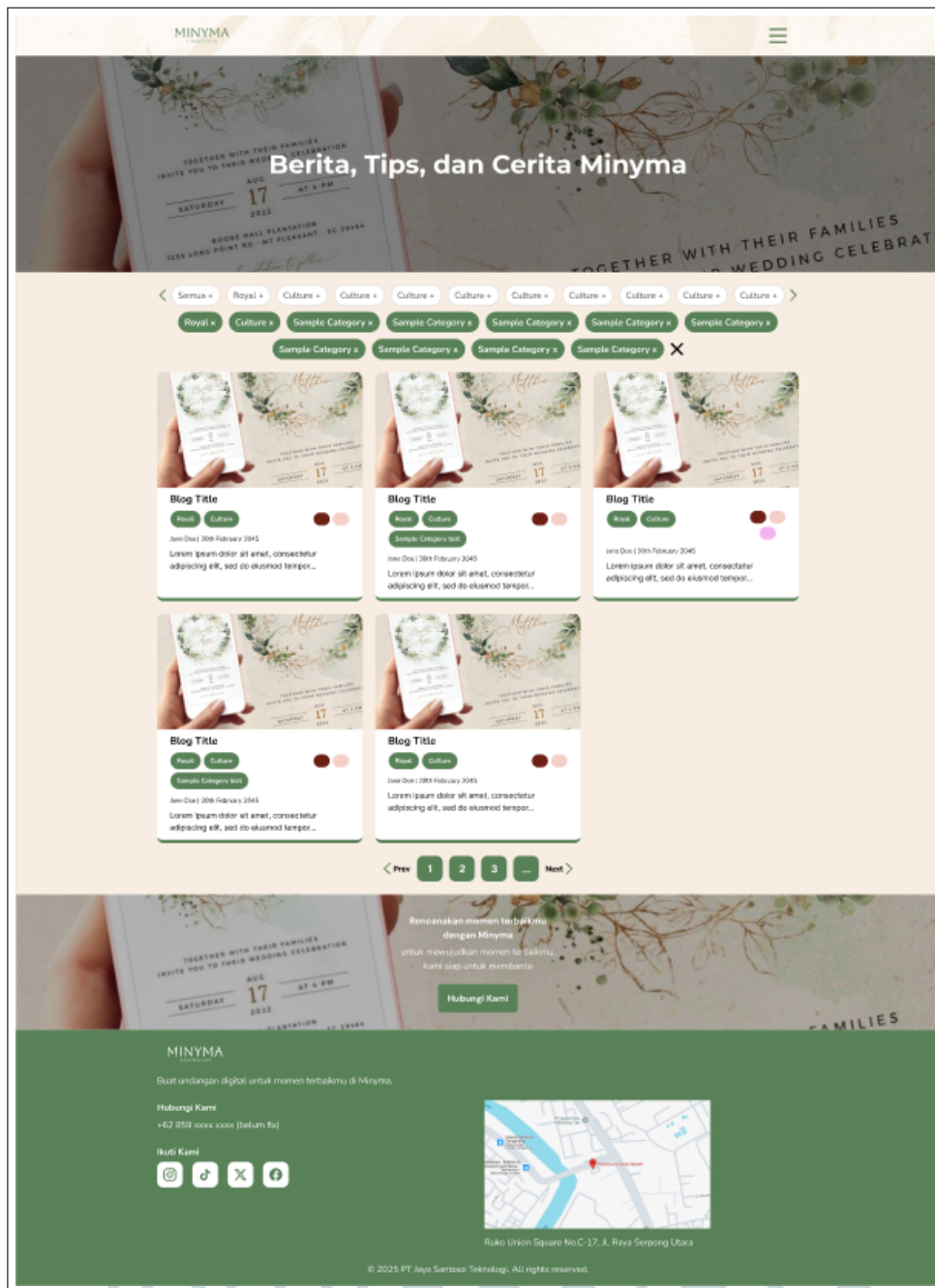
Wireframing menjadi tahap yang penting karena memungkinkan perancang untuk menguji ide dan alur interaksi sejak awal, sebelum masuk ke tahap visual yang lebih rumit. Langkah ini memastikan setiap keputusan desain memiliki dasar yang kuat dari segi kegunaan dan efisiensi. Ketika sebuah *wireframe* sudah dikembangkan, *UI/UX Designer* harus menginformasikan *VP of Product*

agar dapat diberikan masukan terhadap *wireframe* yang telah dikerjakan melalui komentar menggunakan fitur Figma *comments*. *UI/UX Designer* kemudian akan mengimplementasikan perubahan-perubahan dari masukan yang diberikan oleh *VP of Product*, sebelum dapat berpindah ke tahap berikutnya.

3.2.3 High-Fidelity Prototype

Setelah *UI/UX Designer* selesai mengimplementasikan perubahan pada *wireframe*, *UI/UX Designer* akan melaksanakan tahap berikutnya, yaitu *High Fidelity Prototype*. *High Fidelity Prototype*, atau lebih dikenal sebagai *Hi-fi prototype*, adalah representasi terperinci dari produk akhir, yang menggabungkan grafik realistis dan interaksi yang tepat. Prototipe ini berfungsi sebagai alat yang berharga untuk pengujian dan umpan balik pengguna, yang memungkinkan evaluasi menyeluruh terhadap antarmuka pengguna sebelum implementasi akhir [11]. Sebagai kelanjutan dari tahap *wireframe*, contoh bentuk dari sebuah *hi-fi prototype* ditampilkan pada gambar 3.4.





Gambar 3.4. Contoh pengembangan *hi-fi prototype* yang berbasis *wireframe* yang telah dibuat

Tahap ini menjadi kunci transisi dari perencanaan menuju implementasi, karena *hi-fi prototype* mampu menjembatani harapan desainer dengan kebutuhan teknis tim pengembang. Dengan tampilan dan interaksi yang menyerupai produk akhir, prototype ini juga meningkatkan akurasi validasi terhadap desain yang telah dibuat. Sama seperti tahap *wireframing*, ketika sebuah *hi-fi prototype* sudah dikembangkan, *VP of Product* akan memberikan masukan melalui Figma

comments setelah diinformasikan oleh *UI/UX Designer*. Setelah perubahan diimplementasikan oleh *UI/UX Designer*, hasil prototipenya akan diserahkan ke tim *Front-End* untuk implementasi ke dalam produk digital.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang diuraikan seperti pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Pekerjaan yang dilakukan tiap minggu selama pelaksanaan kerja magang

Minggu Ke -	Pekerjaan yang dilakukan
1	Melakukan perancangan awal <i>e-invitation</i> Minyma, dimulai dari pembuatan struktur konten dan elemen visual menggunakan Figma.
2	Melaksanakan revisi berdasarkan masukan dari pembimbing (<i>VP of Product</i>), termasuk penyesuaian tata letak, elemen interaktif, dan penyusunan ulang hierarki informasi demi meningkatkan pengalaman pengguna.
3	Memulai proses perancangan awal halaman utama (<i>homepage</i>) Minyma dalam bentuk konsep kasar berbasis <i>desktop</i> , mencakup penyusunan struktur navigasi dan alur informasi.
4	Mengikuti pengarahan materi terkait pembuatan <i>wireframe</i> dari pembimbing. Proyek masih dilanjutkan secara paralel sambil memahami pendekatan desain yang lebih sistematis.
5	Berdasarkan instruksi pembimbing, seluruh hasil rancangan sebelumnya dihentikan dan digantikan dengan tahapan <i>benchmarking</i> terlebih dahulu. Referensi visual dan komparasi desain dikumpulkan sebagai dasar untuk pembuatan <i>wireframe</i> baru.
6	Mengembangkan <i>wireframe homepage</i> versi <i>mobile</i> berdasarkan hasil <i>benchmarking</i> , serta menyesuaikannya dengan gaya visual dan struktur informasi yang lebih terarah.
7	Melakukan revisi terhadap <i>wireframe homepage</i> versi <i>mobile</i> .

Minggu Ke -	Pekerjaan yang dilakukan
8	Mengembangkan <i>high-fidelity prototype homepage</i> versi <i>mobile</i> berdasarkan <i>wireframe</i> yang telah disetujui, dengan memperhatikan interaktivitas dan kesinambungan antar-elemen.
9	Menyusun <i>high-fidelity prototype homepage</i> versi <i>desktop</i> dan melaksanakan revisi berdasarkan evaluasi pembimbing.
10	LIBUR (Hari Raya Idul Fitri)
11	LIBUR (Hari Raya Idul Fitri)
12	LIBUR (Hari Raya Idul Fitri)
13	Melakukan proses <i>benchmarking</i> terhadap lima situs kompetitor untuk halaman blog dan artikel. Analisis difokuskan pada struktur konten, gaya visual, dan elemen interaktif yang digunakan untuk mendukung pengalaman membaca pengguna.
14	Mengembangkan <i>wireframe</i> versi <i>mobile</i> untuk halaman blog dan artikel, dengan memperhatikan hasil <i>benchmarking</i> dan kebutuhan konten Minyma.
15	Memulai pembuatan <i>high-fidelity prototype</i> versi <i>mobile</i> untuk kedua halaman. Di waktu yang sama, dilakukan penyusunan <i>wireframe</i> serta <i>high-fidelity prototype</i> versi <i>desktop</i> , agar desain lintas perangkat dapat berkembang secara paralel.
16	Melakukan revisi terhadap desain <i>prototype</i> baik versi <i>mobile</i> maupun <i>desktop</i> untuk halaman blog dan artikel, berdasarkan masukan dari pembimbing. Fokus revisi meliputi konsistensi visual, keterbacaan konten, serta kesesuaian dengan gaya desain Minyma secara keseluruhan.
17	Melakukan <i>benchmarking</i> terhadap berbagai referensi <i>e-invitation</i> guna mengidentifikasi tren desain dan struktur konten yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil analisis digunakan sebagai dasar untuk menyusun <i>wireframe</i> versi <i>mobile</i> untuk templat <i>e-invitation</i> Minyma.

Minggu Ke -	Pekerjaan yang dilakukan
18	Melaksanakan revisi terhadap <i>wireframe</i> berdasarkan masukan pembimbing. Selain itu, dilakukan penyusunan <i>moodboard</i> untuk memastikan konsistensi visual dan nuansa desain yang sesuai dengan identitas Minyma.
19	Mengembangkan <i>high-fidelity prototype</i> versi <i>mobile</i> untuk templat <i>e-invitation</i> berdasarkan <i>wireframe</i> yang telah disetujui.

3.3.1 Minggu Ke-1 – Perancangan Awal E-Invitation Pertama Minyma

Pada minggu pertama, seluruh anggota tim *UI/UX Designer* diberikan proyek perdana oleh Minyma, yaitu merancang *e-invitation* pernikahan untuk klien yang telah melakukan pemesanan. Sebagai bentuk digital dari undangan konvensional, *e-invitation* menawarkan efisiensi, fleksibilitas, dan relevansi dengan tren teknologi serta perubahan gaya hidup akibat pandemi COVID-19 [12]. Dalam proyek ini, masing-masing anggota tim bekerja secara individual menggunakan platform Figma. Pada tahap awal, perancangan difokuskan pada penyusunan struktur konten serta identifikasi elemen visual utama yang akan digunakan. Selain itu, dilakukan *benchmarking* terhadap beberapa referensi desain untuk memahami pola navigasi, gaya visual, serta elemen interaktif yang umum diterapkan dalam undangan digital. Hasil *benchmarking* ini kemudian menjadi dasar dalam merancang elemen-elemen utama seperti pembukaan, informasi pasangan pengantin, lokasi acara, RSVP, hingga galeri foto.

3.3.2 Minggu Ke-2 – Revisi Tampilan E-Invitation Pertama Minyma

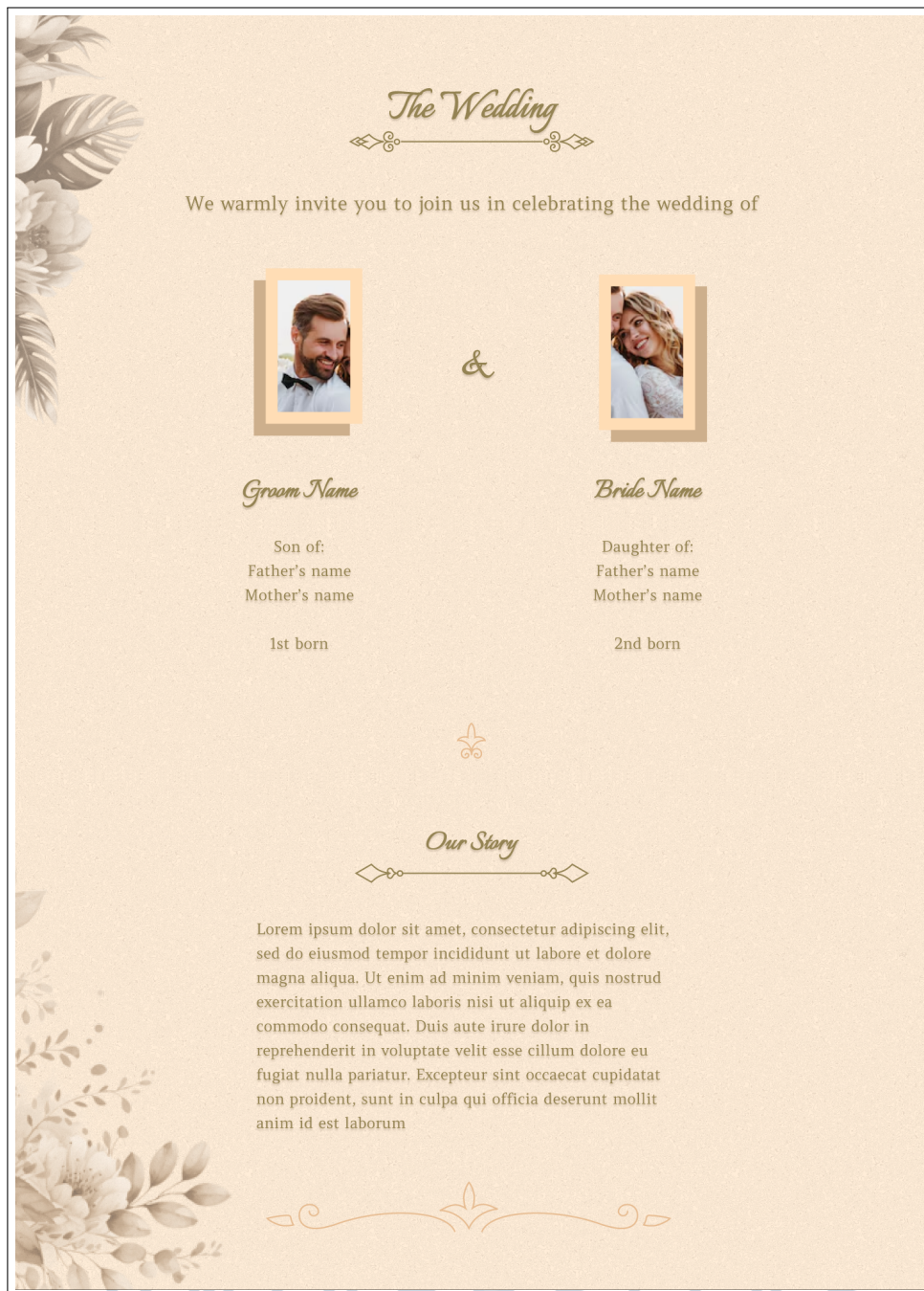
Memasuki minggu kedua, desain awal yang telah dibuat kemudian dievaluasi oleh pembimbing (*VP of Product*). Berdasarkan masukan yang diterima, dilakukan sejumlah revisi untuk menyempurnakan rancangan antarmuka. Revisi mencakup penyesuaian tata letak, perbaikan hierarki informasi, dan penambahan elemen interaktif agar pengalaman pengguna lebih optimal. Meskipun belum ada panduan kerja terstruktur dari mentor saat itu, proses desain langsung diarahkan pada pembuatan *high-fidelity prototype* tanpa melalui tahap *wireframing*. Prototipe tersebut terdiri dari beberapa bagian, yaitu *landing section*, *bride and groom section*, *location section*, *RSVP section*, *countdown section*, *gallery section*, *personal*

message section, dan *closing section*. Semua desain dikumpulkan dan diserahkan kepada *VP of Product* untuk ditinjau dan disampaikan kepada klien sebagai bahan pertimbangan dalam memilih desain akhir. Demi menjaga privasi klien, foto-foto dan nama pengantin yang terdapat dalam hasil desain telah diganti dengan *placeholder* atau gambar pengganti, dan hasil akhirnya dapat dilihat pada gambar 3.5, gambar 3.6, gambar 3.7, gambar 3.8, dan gambar 3.9.



Gambar 3.5. *Landing section*

Pada gambar 3.5, ditampilkan tampilan awal dari halaman *e-invitation* yang berfungsi sebagai *landing section*. Bagian ini menampilkan foto pasangan pengantin dalam orientasi layar lebar sebagai latar belakang utama. Untuk memastikan keterbacaan elemen teks di atasnya, diterapkan lapisan transparan gelap (*overlay*) yang memberikan kontras visual. Di atas lapisan ini, terdapat teks dengan tipografi mewah yang menampilkan frasa "The Wedding of Groom & Bride", dengan nama kedua mempelai ditulis dalam ukuran huruf yang lebih besar sebagai pusat perhatian. Selain itu, juga tercantum tanggal dan lokasi acara pernikahan secara ringkas. Pada bagian kanan bawah layar, terdapat pemutar musik mini yang berfungsi sebagai fitur interaktif tambahan, sedangkan di bagian bawah halaman, terdapat elemen grafis berbentuk seperti cap amplop yang menambah nuansa seolah-olah pengguna sedang membuka surat undangan secara digital.

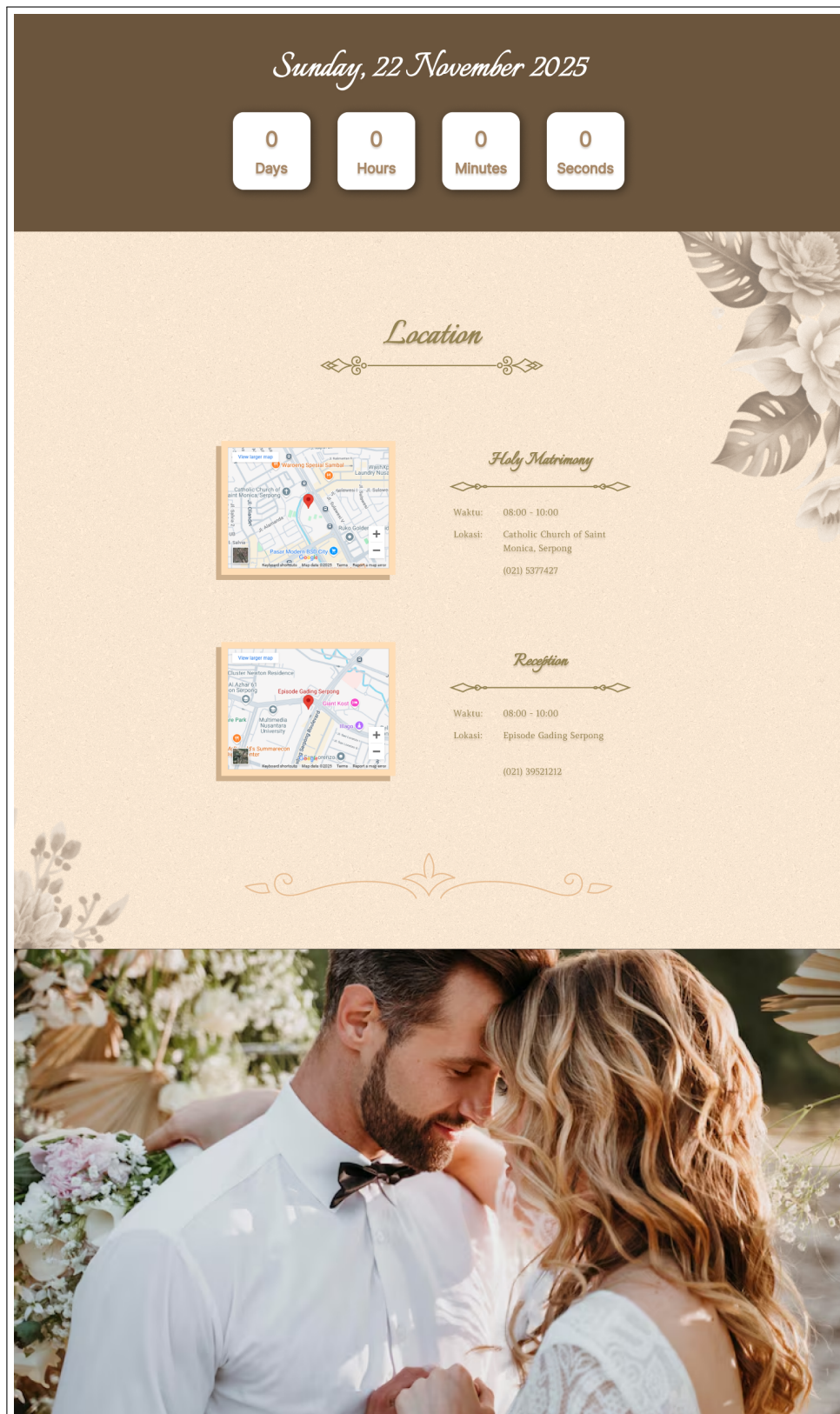


Gambar 3.6. *Groom and Bride section*

Pada gambar 3.6 menampilkan tampilan *Groom and Bride section* dalam desain *high-fidelity prototype* e-invitation. Bagian ini menyajikan informasi penting mengenai kedua mempelai, termasuk nama, urutan anak dalam keluarga, serta nama orang tua masing-masing. Di awal bagian terdapat header dengan tulisan "The Wedding" dalam tipografi elegan yang dipadukan dengan garis pemisah bergaya kerajaan. Di bawahnya, terdapat ucapan sambutan hangat yang mengundang

tamu untuk turut merayakan pernikahan. Foto formal mempelai pria dan wanita ditampilkan sejajar, dengan mempelai pria di sisi kiri dan mempelai wanita di sisi kanan. Selanjutnya, terdapat bagian "Our Story" yang menceritakan kisah pertemuan mereka, ditampilkan dengan header dan gaya visual yang konsisten. Seluruh elemen teks dalam bagian ini menggunakan warna emas (#948353), selaras dengan tema warna latar belakang berwarna nude (#FBE9D4) sesuai permintaan klien. Untuk menjaga komposisi visual tetap seimbang dan menarik, bagian ini juga dilengkapi dengan ornamen dekoratif bergaya floral di beberapa titik sebagai pelengkap estetika. Desain ini diakhiri dengan elemen grafis cantik di bagian bawah sebagai penutup visual dari keseluruhan bagian.

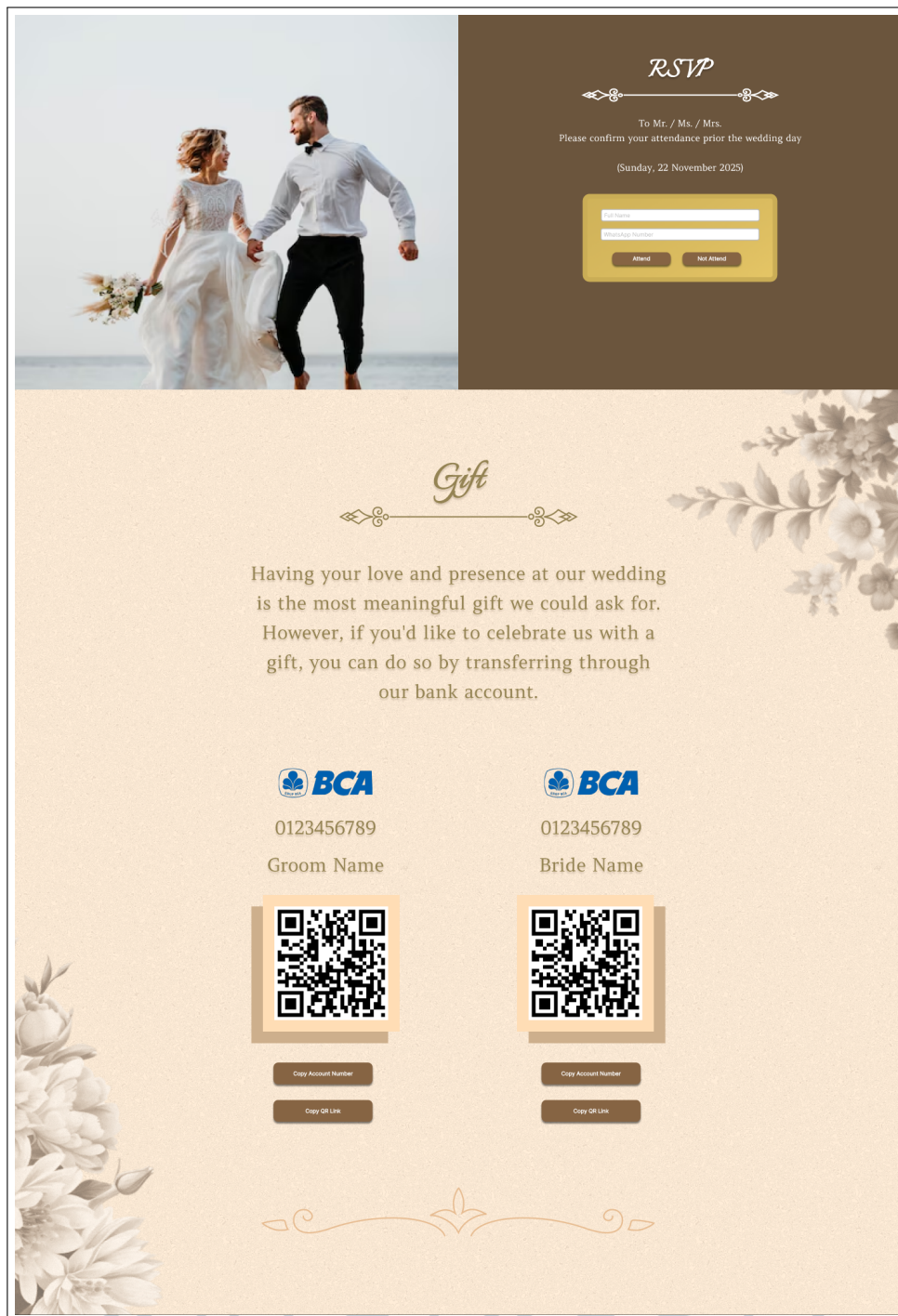




Gambar 3.7. *Countdown section, location section dan gallery section*

Gambar 3.7 menampilkan tiga bagian berbeda dalam desain *high-fidelity prototype* e-invitation, yaitu *countdown section*, *location section*, dan *gallery section*. Di bagian paling atas terdapat *countdown section*, yang berfungsi untuk menghitung mundur waktu menuju hari pernikahan. Terdapat empat kotak berwarna putih yang masing-masing menunjukkan jumlah hari, jam, menit, dan detik hingga hari yang ditentukan. Di atas keempat kotak tersebut terdapat teks berwarna putih yang menampilkan tanggal pernikahan secara eksplisit untuk memperkuat kesan informatif. Tepat di bawah *section* ini terdapat *location section*, yang mempertahankan konsistensi gaya visual dengan bagian sebelumnya, menggunakan skema warna dan elemen dekoratif serupa. Pada bagian ini, lokasi acara ditampilkan secara interaktif menggunakan integrasi peta dari Google Maps. Selanjutnya, bagian paling bawah dari gambar ini merupakan *gallery section*, yang memanfaatkan lebar layar secara penuh untuk menampilkan sejumlah foto mempelai yang telah disediakan langsung oleh klien. Ketiga bagian ini secara keseluruhan dirancang untuk memberikan informasi yang relevan dan menarik secara visual, tanpa mengesampingkan nilai estetika dari keseluruhan tema undangan.



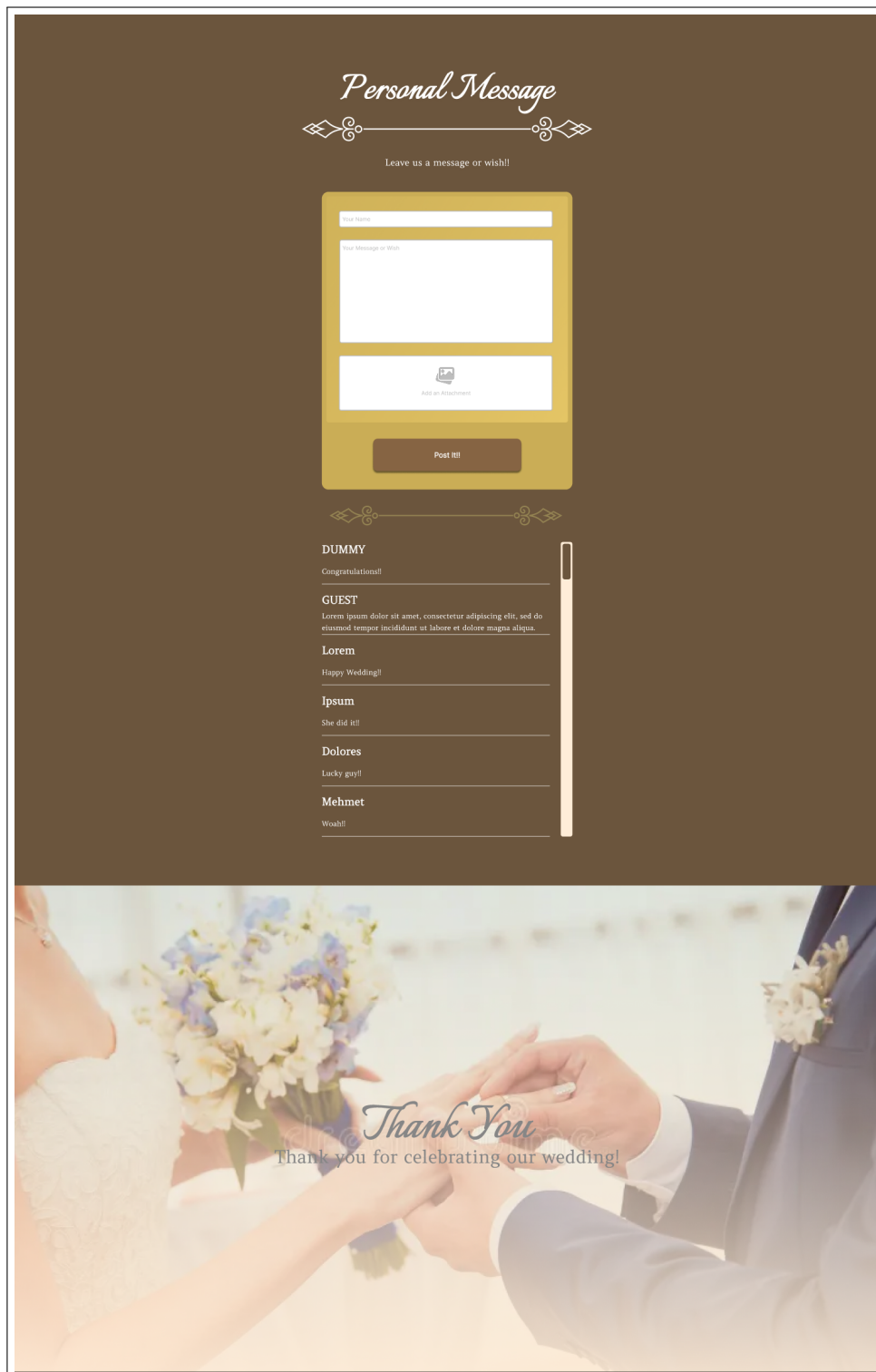


Gambar 3.8. *RSVP section dan gift section*

Gambar 3.8 memperlihatkan dua bagian dari desain *high-fidelity prototype* e-invitation, yaitu *RSVP section* dan *gift section*. Bagian *RSVP* terletak di bagian atas gambar dan terbagi menjadi dua kolom secara horizontal. Di sisi kiri, terdapat gambar pasangan mempelai yang memperkuat sentuhan personal pada undangan. Sedangkan sisi kanan menampilkan formulir *RSVP* yang harus diisi

oleh tamu undangan. Formulir ini menggunakan latar berwarna coklat seperti pada *countdown section*, serta menyediakan dua opsi partisipasi: hadir atau tidak hadir. Jika memilih hadir, pengguna wajib mengisi nama dan nomor telepon sebagai bentuk konfirmasi kehadiran. Selanjutnya, di bagian bawah gambar terdapat *gift section*, yang mengikuti gaya visual serupa seperti pada *groom bride section* maupun *location section*, dengan nuansa yang tetap konsisten. Bagian ini memuat QR code, informasi nomor rekening dari kedua mempelai, serta tombol yang memudahkan pengguna untuk menyalin nomor rekening tersebut secara langsung. Kedua bagian ini dirancang tidak hanya untuk fungsionalitas, namun juga untuk memastikan kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam memberikan konfirmasi maupun ucapan secara digital.





Gambar 3.9. *Personal message section* dan *closing section*

Gambar 3.9 menampilkan dua bagian terakhir dari *high-fidelity prototype* e-invitation, yaitu *personal message section* dan *closing section*. Bagian *personal message* memungkinkan tamu undangan untuk meninggalkan pesan pribadi kepada

mempelai. Desainnya mengikuti gaya visual dari *RSVP section*, dengan latar berwarna cokelat yang lembut dan elemen tipografi yang konsisten. Pada bagian atas terdapat formulir yang dapat diisi oleh pengguna dengan nama, isi pesan, serta opsi untuk mengunggah gambar sebagai bentuk ucapan yang lebih personal. Di bawah formulir terdapat *scrollview* yang menampilkan pesan-pesan yang telah dikirimkan oleh tamu lain, memberikan kesan interaktif dan penuh kehangatan. Sementara itu, bagian *closing section* yang berada di bagian bawah gambar menutup keseluruhan desain undangan dengan sentuhan yang elegan. Bagian ini menggunakan latar foto beresolusi tinggi dari pasangan mempelai, serupa dengan *landing section*, namun kali ini dengan lapisan transparansi yang mengikuti warna tema utama undangan alih-alih efek penggelapan. Di atas latar tersebut, terdapat tulisan "Thank You" dengan gaya huruf yang mewah dan kalimat penutup "Thank you for celebrating our wedding!" yang menyampaikan rasa syukur dan kebahagiaan dari kedua mempelai kepada para tamu undangan. Sentuhan akhir ini memperkuat nuansa hangat dan penuh cinta dari keseluruhan desain e-invitation.

3.3.3 Minggu Ke-3 – Perancangan Awal Homepage

Setelah menyelesaikan proyek *e-invitation* untuk klien pertama, dua anggota tim magang dari divisi *UI/UX Designer* ditugaskan untuk mengerjakan proyek kedua, yaitu merancang *homepage* perusahaan Minyma. Proyek ini bertujuan untuk memperkenalkan layanan *digital invitation* kepada calon pengguna serta memperkuat identitas merek Minyma secara daring. Pada minggu ketiga, kegiatan difokuskan pada penyusunan konsep awal berupa struktur navigasi dan alur informasi dalam format *desktop layout*. Tim mulai mengidentifikasi bagian-bagian penting yang sebaiknya ditampilkan di *homepage*, serta merancang sketsa kasar yang menjadi fondasi dalam pengembangan lebih lanjut.

3.3.4 Minggu Ke-4 – Pengarahan dan Pengenalan Wireframe

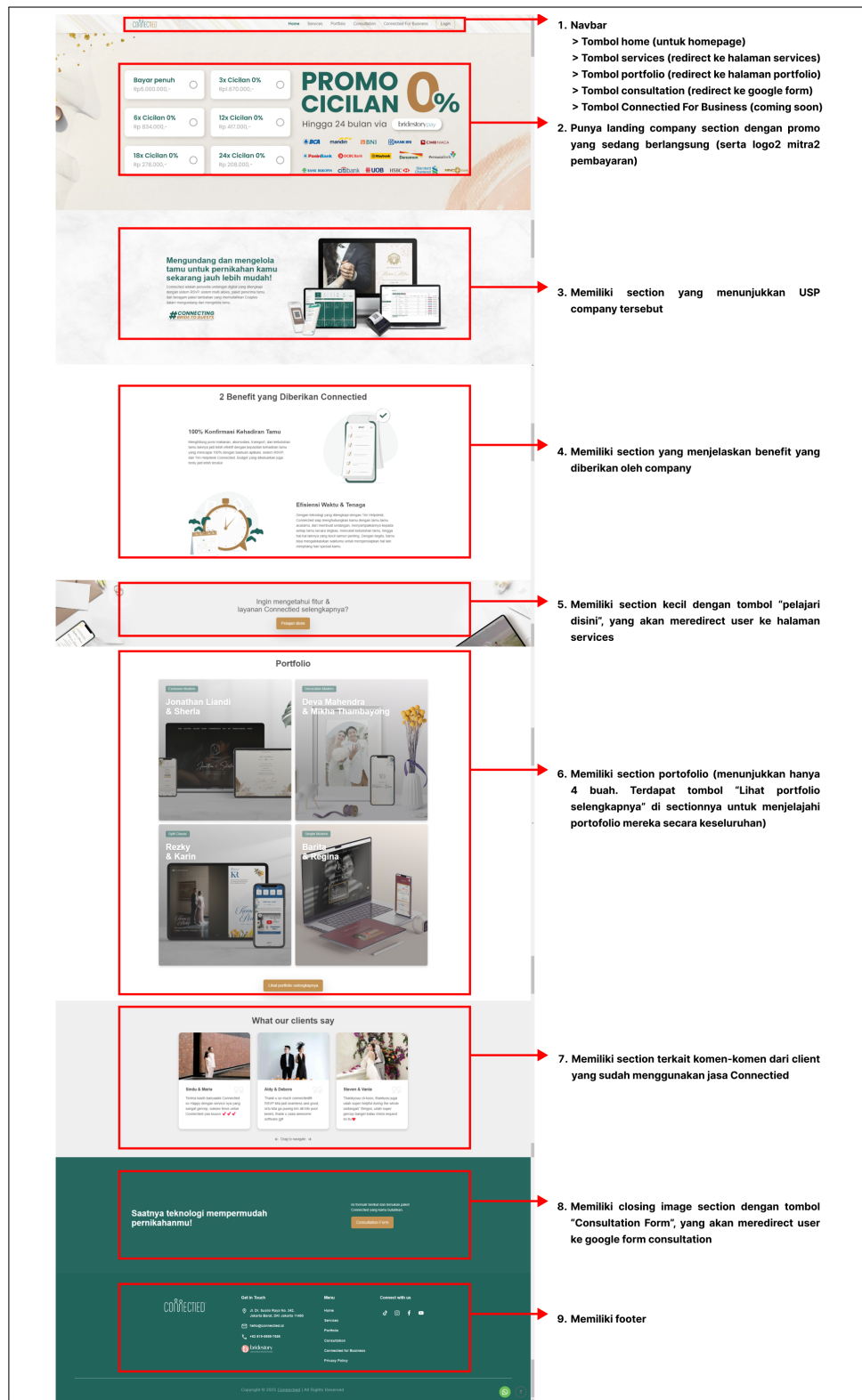
Memasuki minggu keempat, pembimbing (*VP of Product*) memberikan pengarahan khusus mengenai prinsip-prinsip pembuatan *wireframe*, termasuk penjelasan mengenai struktur desain yang lebih sistematis, elemen-elemen yang umum digunakan dalam desain antarmuka, serta pentingnya konsistensi visual dalam membangun pengalaman pengguna. Meskipun proyek masih berjalan secara paralel, tim mulai menerapkan pendekatan yang lebih terstruktur dalam memetakan

ulang bagian-bagian yang akan disertakan dalam *homepage*.

3.3.5 Minggu Ke-5 – Reset dan Benchmarking Kompetitor

Pada minggu kelima, pembimbing memutuskan untuk menghentikan seluruh hasil rancangan awal dan menginstruksikan agar proyek dimulai kembali dari tahap *benchmarking*. Tim melakukan analisis terhadap lima *homepage* dari kompetitor yang bergerak di bidang serupa, yaitu Connected, Viding, Invita, Koendang, dan Ze Invitation. Fokus dari proses ini adalah untuk mengidentifikasi pola desain, struktur konten, fitur-fitur utama, serta gaya visual yang efektif. Hasil *benchmarking* tersebut digunakan sebagai acuan dasar dalam merancang ulang *wireframe homepage* Minyma, dan hasilnya dapat dilihat pada gambar 3.10, gambar 3.11, gambar 3.12, gambar 3.13, gambar 3.14, gambar 3.15, dan gambar ??.



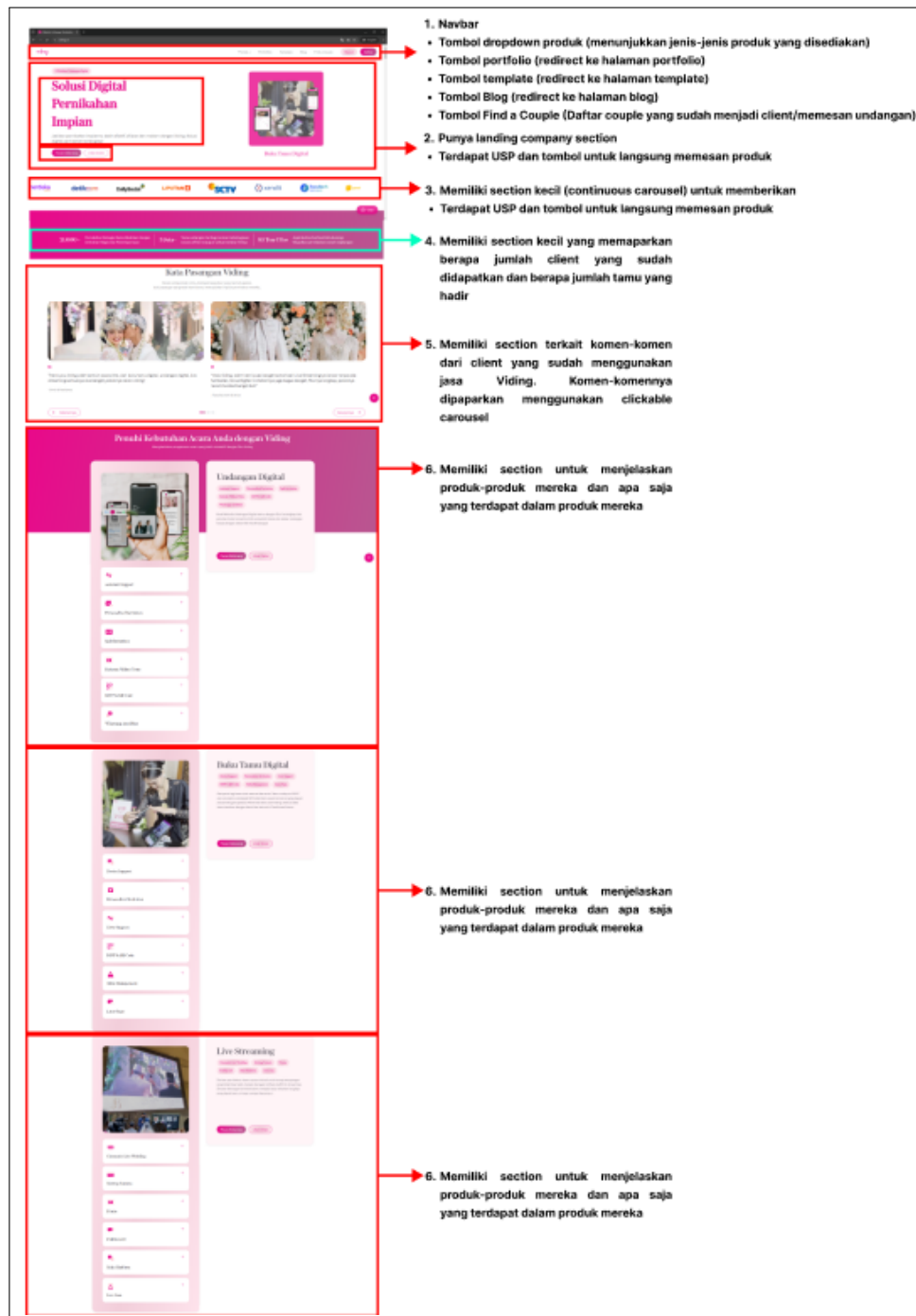


Gambar 3.10. Hasil *benchmarking* pada Connected

Gambar 3.10 merupakan hasil *benchmarking* dari halaman *homepage*

Connected, sebuah platform layanan undangan digital yang menonjolkan elemen promosi. Website ini menampilkan promo cicilan dengan berbagai metode pembayaran di bagian atas halaman, yang langsung menarik perhatian pengunjung. Selanjutnya, terdapat penjelasan singkat tentang *Unique Selling Proposition* (USP) dari Connected, diikuti oleh section yang menjabarkan manfaat produk yang mereka tawarkan. Tidak hanya itu, terdapat portofolio klien yang ditampilkan secara visual dan testimonial pengguna. Halaman ini diakhiri dengan section konsultasi serta footer yang memuat informasi kontak dan media sosial.





Gambar 3.11. Hasil *benchmarking* pada Viding (bagian 1)

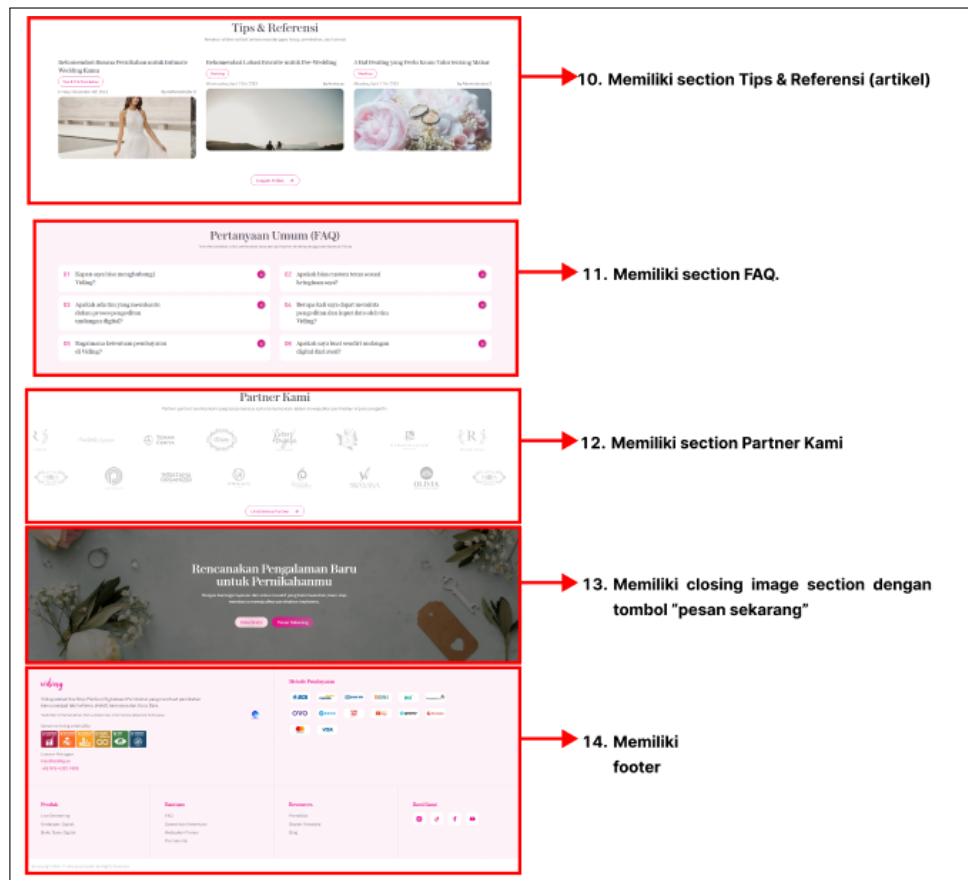
Gambar 3.11 memperlihatkan hasil *benchmarking* terhadap tampilan *homepage* dari Viding yang menampilkan navigasi lengkap dengan *dropdown product*, *link portfolio*, *template*, *blog*, hingga fitur *Find a Couple*. Halaman ini langsung menampilkan *landing section* dengan USP dan tombol pemesanan produk. Selanjutnya, terdapat section kecil yang menampilkan jumlah klien yang

telah dilayani. Komentar dari klien ditampilkan dalam bentuk *carousel*, sehingga meningkatkan kredibilitas layanan. Halaman ini juga mulai menampilkan berbagai produk digital yang ditawarkan, disusun dengan visual yang cukup menarik dan ringkas.



Gambar 3.12. Hasil *benchmarking* pada Viding (bagian 2)

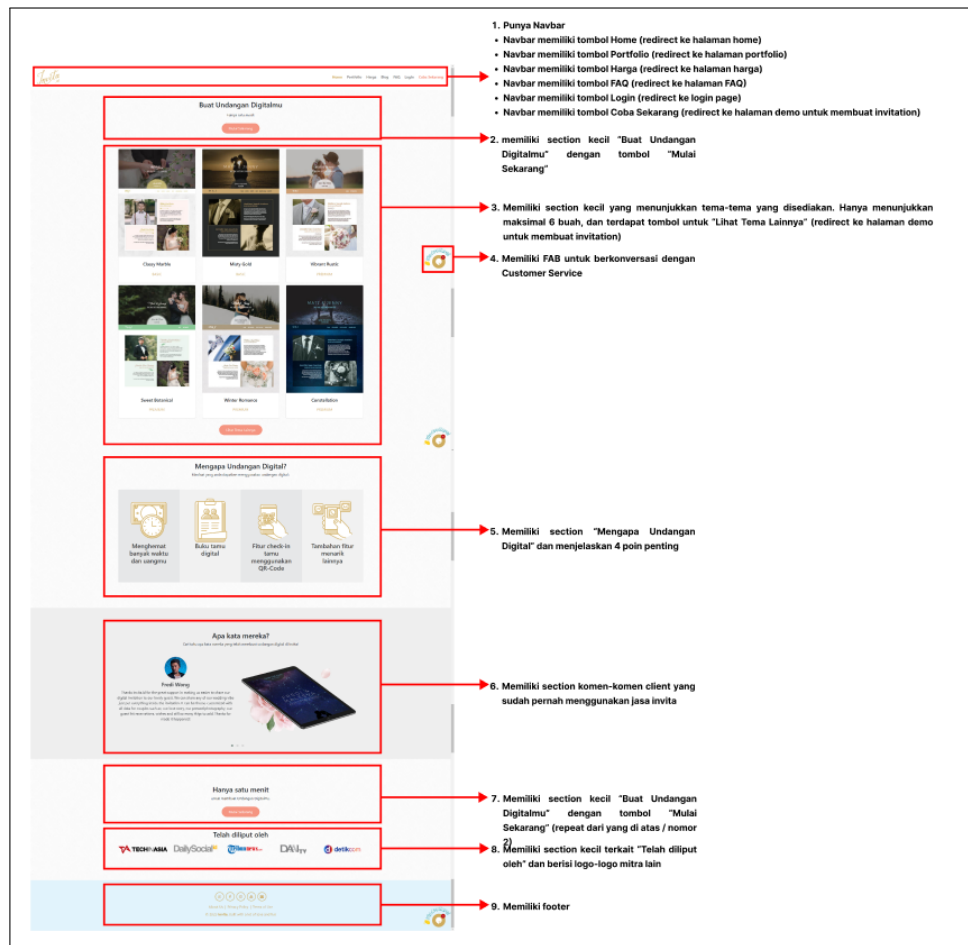
Lanjutan dari tampilan sebelumnya, gambar 3.12 berfokus pada *portfolio section* dan *template* yang dimiliki oleh Viding. *Portfolio* yang ditampilkan berjumlah enam buah, lengkap dengan tombol untuk mengeksplorasi lebih jauh. *Template* undangan juga ditampilkan sebanyak empat contoh dengan *carousel horizontal*. Setiap elemen dirancang untuk menarik perhatian pengguna agar tertarik menjelajahi lebih lanjut dan memilih desain yang sesuai dengan preferensi mereka.



Gambar 3.13. Hasil *benchmarking* pada Viding (bagian 3)

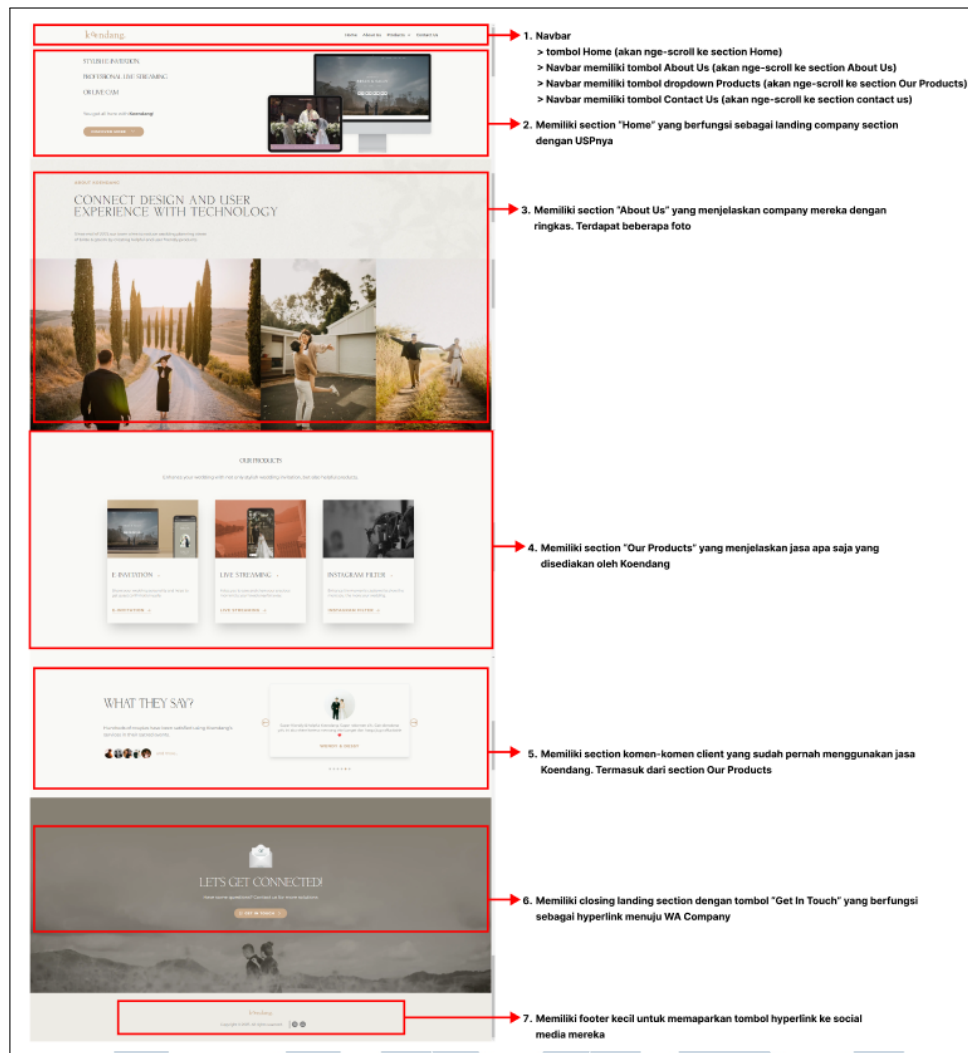
Gambar 3.13 menampilkan *section* harga paket yang terdiri dari tiga kategori utama: Undangan Digital, Buku Tamu Digital, dan *Live Streaming*. Masing-masing memiliki tiga level paket yang berbeda, dengan rincian fitur, manfaat, dan konten di dalamnya. Selain itu, terdapat *section* tambahan seperti artikel “Tips & Referensi”, FAQ, daftar mitra atau *partner*, serta *closing section* dengan *Call To Action* (CTA) dan *footer*. Seluruh struktur halaman ini menyajikan informasi secara menyeluruh dan memudahkan user dalam membuat keputusan pembelian.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14. Hasil benchmarking pada Invita

Gambar 3.14 menunjukkan hasil *benchmarking* pada homepage Invita yang memiliki tampilan sederhana namun padat informasi. Terdapat *section* pembuatan undangan digital, tampilan tema yang terbatas (maksimal 6), serta *section* "Mengapa Undangan Digital" yang menjelaskan empat poin utama keunggulan produk. Selain itu, terdapat *testimonial* pengguna, CTA pengulangan, *section* logo mitra, dan *footer* yang menutup halaman dengan informasi kontak. Penataan konten dilakukan secara linear dan mudah diikuti, cocok untuk pengguna yang ingin proses cepat dan ringkas.



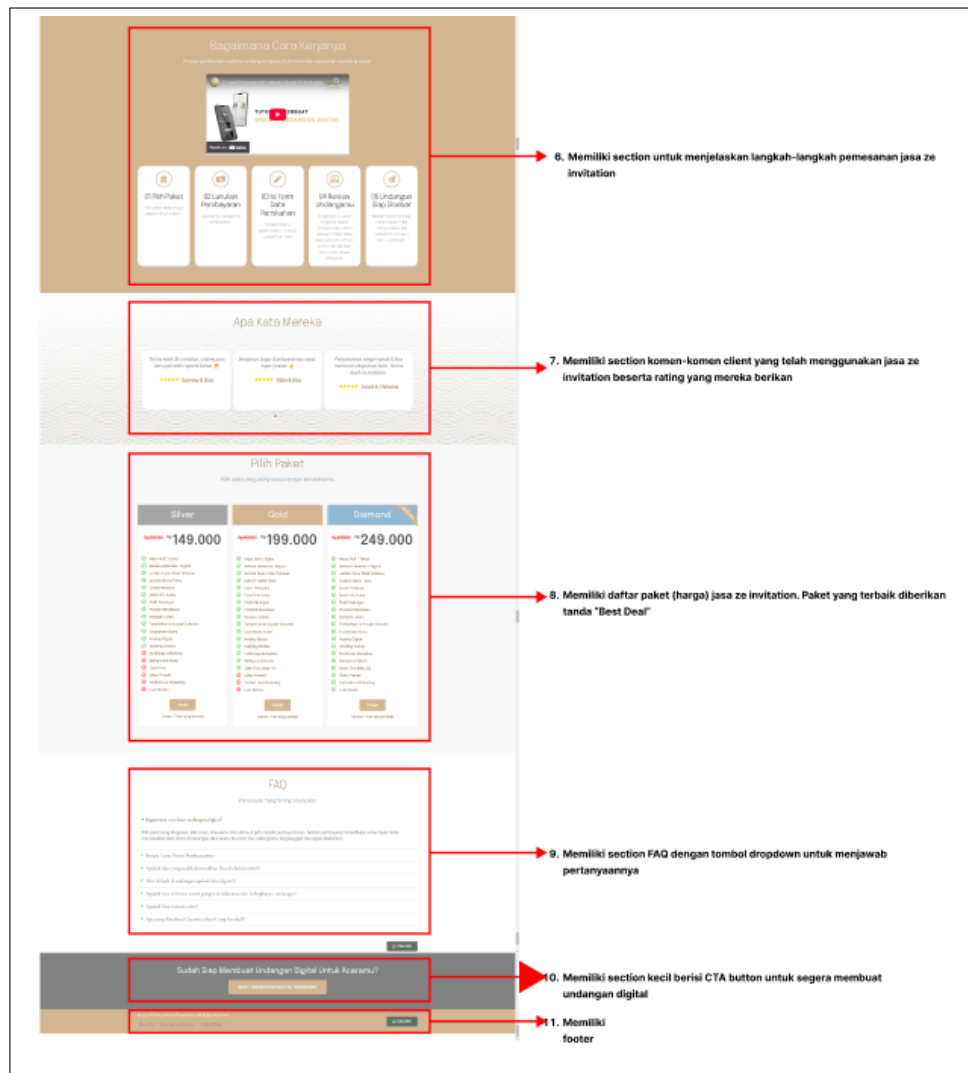
Gambar 3.15. Hasil *benchmarking* pada Koendang

Pada gambar 3.15, halaman Koendang menampilkan pendekatan desain yang lebih artistik dan bernuansa eksklusif. *Homepage* diawali dengan *section* USP dan *About Us* yang menjelaskan brand secara ringkas, dilengkapi dengan visual berkkelas. Terdapat *section Our Products* yang memperkenalkan layanan utama seperti *e-invitation*, *live streaming*, dan *Instagram filters*. Testimoni klien ditampilkan dalam bentuk *carousel*, dan halaman ditutup dengan *section Get In Touch* yang berfungsi sebagai *hyperlink* langsung ke WhatsApp perusahaan. *Footer* minimalis disediakan di bagian akhir.



Gambar 3.16. Hasil *benchmarking* pada Ze Invitation (bagian 1)

Gambar 3.16 adalah hasil *benchmarking* pada *homepage* dari ZE Invitation. *Homepage* ZE Invitation menampilkan struktur informasi yang sangat terorganisir dan berorientasi pada alur pemesanan. Desain awal halaman menggunakan *alignment centered* yang menghadirkan *section* utama berisi USP dan tombol navigasi cepat untuk membuat undangan. *Section* berikutnya menampilkan berbagai jenis layanan dalam bentuk *card* yang *clickable* (namun non-interaktif sebelum diklik), serta preview desain undangan digital dalam bentuk *mockup device*, yang membantu user mendapatkan gambaran visual dari produk yang ditawarkan.



Gambar 3.17. Hasil *benchmarking* pada Ze Invitation (bagian 2)

Gambar 3.17 berlanjut ke penjabaran langkah-langkah pemesanan layanan pada Ze Invitation dalam bentuk urutan icon yang jelas. Disusul dengan testimoni klien lengkap dengan rating, lalu daftar harga tiga paket utama (*Silver*, *Gold*, *Diamond*) yang ditampilkan secara *side-by-side* beserta fitur dan label *Best Deal* pada paket unggulan. Di bagian bawah, halaman dilengkapi dengan *section* FAQ, tombol CTA untuk langsung membuat undangan digital, serta *footer* berisi informasi tambahan. Secara keseluruhan, halaman ini menyajikan informasi dengan alur yang rapi, mudah diikuti, dan fokus pada konversi pengguna.

Dari kelima kompetitor tersebut, ada beberapa fitur yang sering kali muncul di *homepage* selain dari *landing section*, *navbar* dan *footer*. Fitur-fitur tersebut adalah:

- *Section* yang memaparkan fitur-fitur yang tersedia dari *e-invitation*

perusahaan tersebut atau kelebihan dari menggunakan *e-invitation* dari perusahaan tersebut.

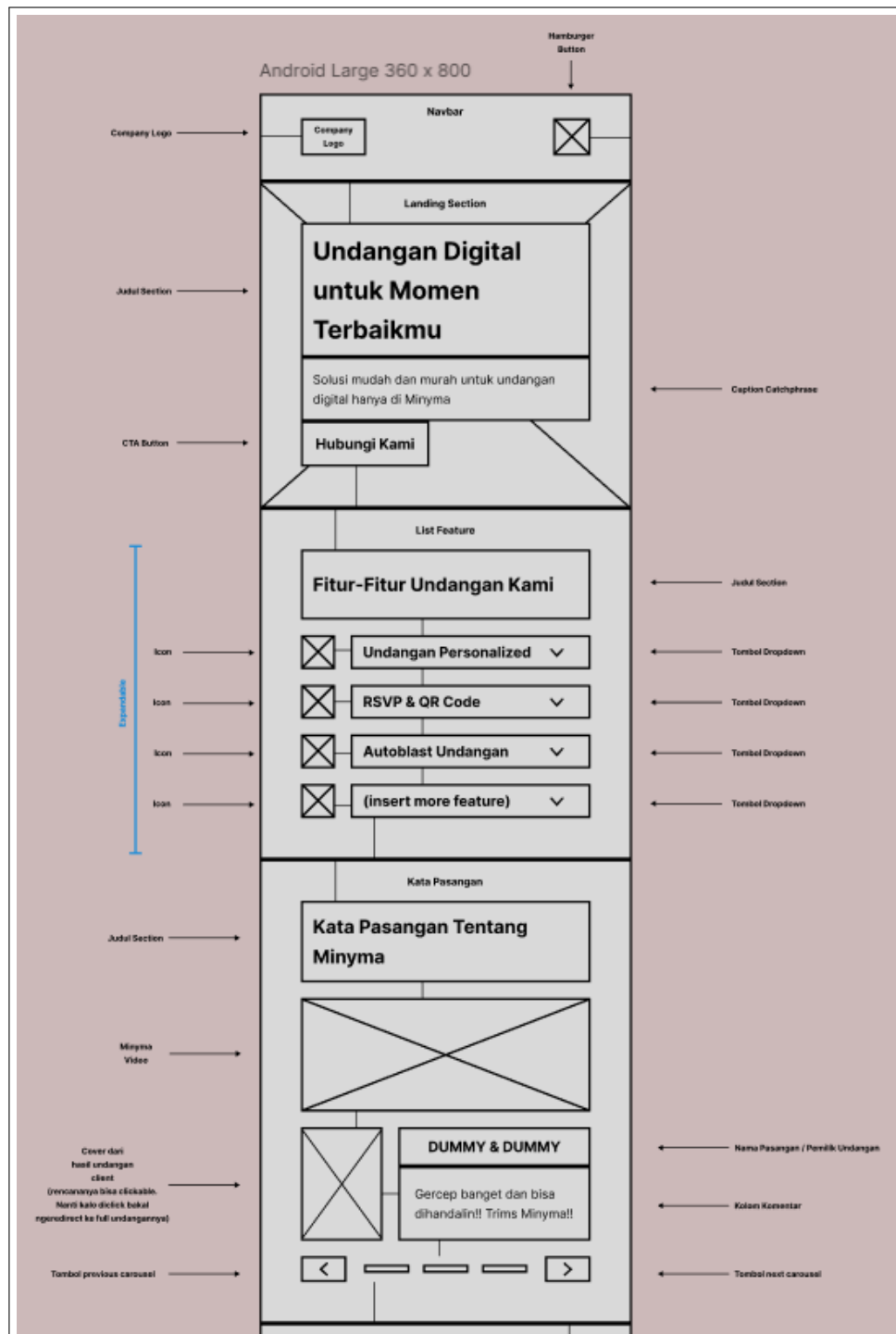
- *Section* untuk menampilkan macam-macam *e-invitation* yang pernah dibuat pada perusahaan tersebut atau portofolio perusahaan.
- *Section* untuk menampilkan harga-harga atau paket harga yang tersedia.
- *Section* untuk menampilkan komen-komen dari klien yang sudah pernah menggunakan jasa *e-invitation* dari perusahaan tersebut.
- *Section Call-To-Action (CTA)*, yaitu *section* dimana pengguna dapat berinteraksi dengan *homepagenya* (umumnya menggunakan tombol) untuk memesan layanan.

Kelima poin-poin penting ini membantu tim untuk mensketsakan bentuk *wireframing homepage* Minyma.

3.3.6 Minggu Ke-6 – Pengembangan Wireframe Mobile

Berdasarkan hasil *benchmarking* yang telah dilakukan, tim kemudian mengembangkan *wireframe* versi *desktop* untuk *homepage* Minyma. Proses ini melibatkan penyusunan elemen-elemen yang dinilai paling efektif untuk menyampaikan informasi layanan perusahaan kepada pengguna. *Wireframe* ini mencakup bagian-bagian seperti *navbar*, *landing section*, *features section*, *testimony section*, *template section*, *pricing section*, *FAQ section*, *closing section*, dan *footer*, yang disusun agar informasinya tersampaikan secara terstruktur. Hasil akhir *wireframe* dapat dilihat pada gambar 3.18, gambar 3.19, dan gambar 3.20.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

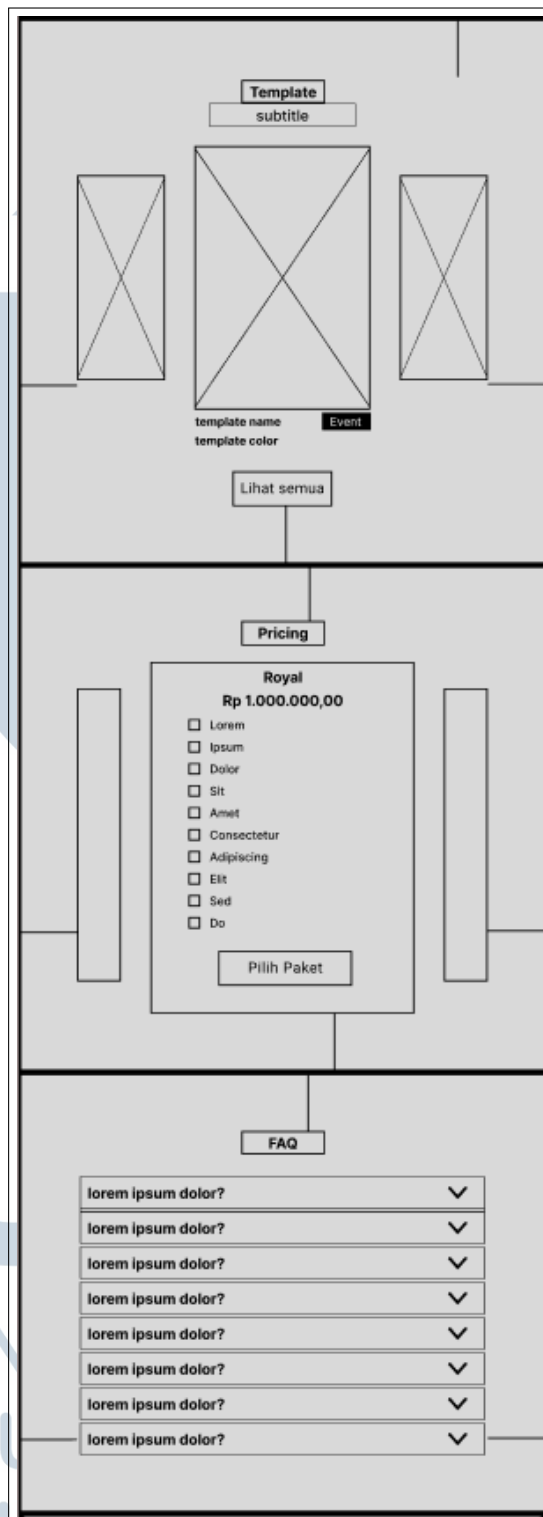


Gambar 3.18. Wireframe homepage Minyma dengan layout mobile (Navbar, landing section, features section, dan testimony section)

Gambar 3.18 menunjukkan navbar, landing section, features section, dan testimony section. Navbar berfungsi sebagai navigasi utama yang memudahkan pengguna untuk berpindah ke bagian-bagian penting dalam homepage, sementara

landing section berfungsi sebagai pengantar awal yang memperkenalkan layanan Minyma secara singkat dan menarik perhatian pengguna dengan tampilan visual yang kuat. Untuk *features section*, seperti namanya, berfungsi untuk memamerkan fitur-fitur unggulan dari layanan *e-invitation* Minyma. Fitur-fitur ini ditampilkan menggunakan tombol *dropdown* agar tampilan tetap rapi dan tidak banyak memakan tempat. Setelah *features section*, terdapat *testimony section*, dimana pengguna dapat melihat karya-karya Minyma sebelumnya, serta melihat komentar dari klien yang sudah pernah menggunakan jasa Minyma. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna baru. *Section* ini ditampilkan menggunakan *carousel*, dengan maksimal tiga karya dan testimoni untuk menjaga konsistensi tampilan.



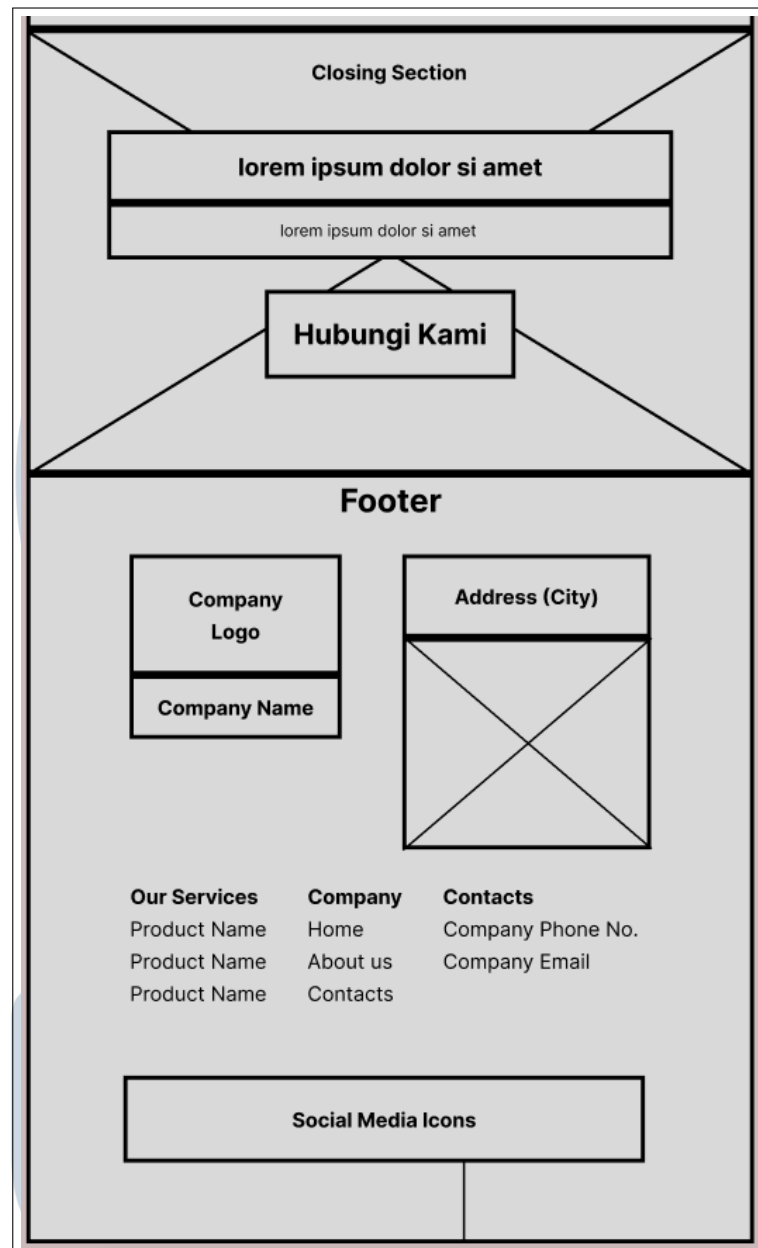


Gambar 3.19. Wireframe homepage Minyma dengan layout mobile (Template section, pricing section, dan FAQ section)

Gambar 3.19 menunjukkan *template section*, *pricing section*, dan *FAQ section*. *Template section*, seperti *testimony section*, menggunakan carousel untuk

menampilkan berbagai desain template *e-invitation* yang tersedia. *Pricing section* memiliki layout yang serupa, menampilkan berbagai paket harga yang tersedia, lengkap dengan fitur yang termasuk dalam setiap paket. *Carousel* digunakan agar pengguna dapat dengan mudah membandingkan antar-paket tanpa perlu menggulir panjang. Sementara itu, *FAQ section* menampilkan pertanyaan-pertanyaan umum yang sering diajukan oleh calon pengguna. Pertanyaan ditampilkan dalam bentuk *dropdown*; ketika pengguna mengetuk salah satu pertanyaan, jawaban akan muncul secara otomatis di bawahnya, membantu pengguna menemukan informasi penting tanpa memenuhi halaman dengan teks.





Gambar 3.20. Wireframe homepage Minyma dengan layout mobile (Closing section dan footer)

Gambar 3.20 menunjukkan *closing section* dan *footer section*. *Closing section* memiliki ukuran yang lebih ringkas namun tetap mencolok, dengan fokus utama berupa tombol *Call-To-Action* (CTA) yang mengarahkan pengguna untuk segera menghubungi atau melakukan pemesanan layanan Minyma. Pemilihan ukuran kecil dimaksudkan agar CTA tetap terlihat tanpa mengganggu elemen lain. Sementara itu, *footer* berfungsi sebagai bagian penutup halaman yang menyediakan informasi penting seperti logo Minyma, alamat kantor, tautan ke media sosial resmi,

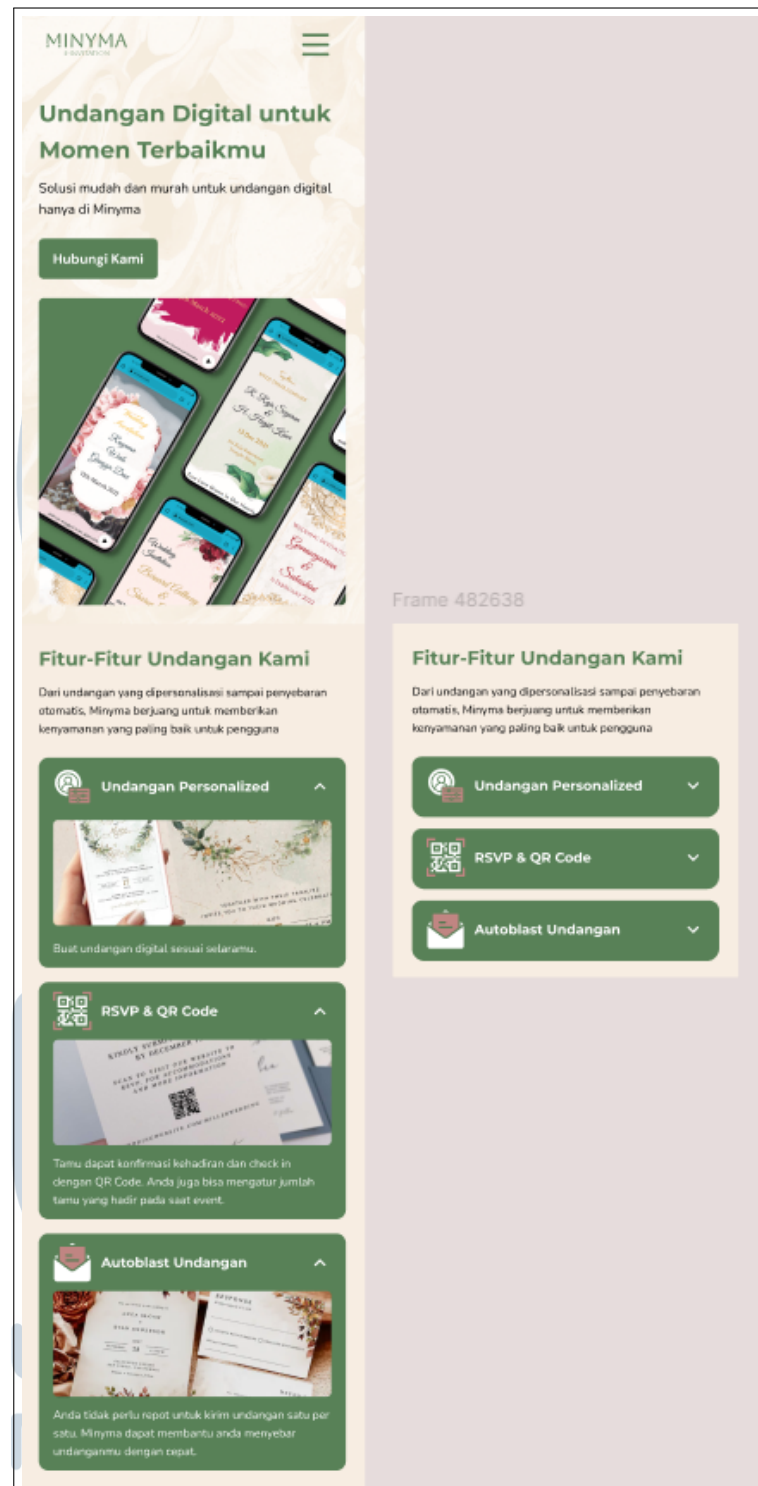
serta navigasi tambahan ke halaman lain dari situs Minyma.

3.3.7 Minggu Ke-7 – Revisi Wireframe Versi Mobile

Setelah *wireframe* versi *mobile* disusun, pembimbing memberikan sejumlah masukan untuk meningkatkan keterbacaan dan konsistensi visual. Tim kemudian melakukan revisi terhadap *wireframe* tersebut sesuai arahan.

3.3.8 Minggu Ke-8 – Pengembangan Hi-Fi Prototype Mobile

Pada minggu kedelapan, tim mulai mengembangkan *high-fidelity prototype* versi *mobile* dari *homepage* Minyma berdasarkan *wireframe* yang telah disetujui. Prototipe *hi-fi* ini mencerminkan tampilan akhir dari *homepage* yang akan digunakan oleh Minyma. Prototipe ini dikembangkan berdasarkan *wireframe* yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, dengan mempertimbangkan instruksi dari *VP of Product*, yaitu untuk memberikan kesan profesional, bersih, dan mudah dinavigasi, sambil tetap menonjolkan identitas visual dari brand Minyma. Dalam proses desainnya, digunakan palet warna dengan komposisi utama berwarna krem sebagai warna dominan, hijau sebagai warna sekunder, serta merah mawar (#B6857D) sebagai warna tersier, mengikuti prinsip komposisi warna 60-30-10 untuk menciptakan keseimbangan visual dan juga atas instruksi *VP of Product*. Elemen-elemen seperti tipografi, ikon, dan tata letak juga dirancang secara konsisten dari atas ke bawah agar tampilan tetap seragam dan mudah digunakan. Selain itu, seiring berjalannya pengembangan *high-fidelity prototype ini*, terdapat beberapa perubahan yang dilakukan untuk mengakomodasi aspek visual desain dengan lebih baik. Salah satu contoh yang paling terlihat adalah pada *pricing section*, yang dapat dilihat pada gambar 3.22, dimana tampilan *carousel* yang direncanakan pada tahap *wireframe* diganti dengan tampilan *card* biasa yang diposisikan menurun. Hasil akhir dari *high-fidelity prototype* dapat dilihat pada gambar 3.21, 3.22, dan 3.23.

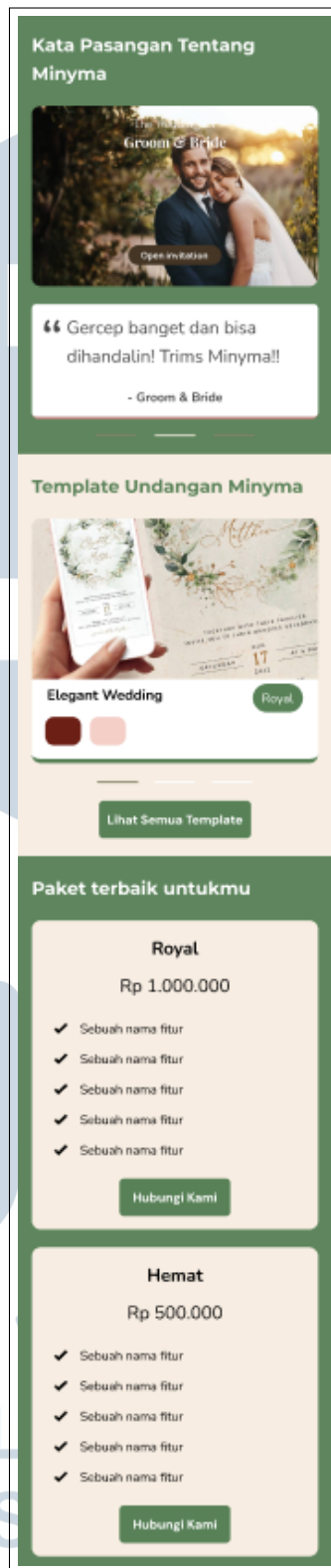


Gambar 3.21. *High-fidelity prototype homepage Minyma (Navbar, landing section dan features section)*

Gambar 3.21 menunjukkan bagian atas dari tampilan *mobile homepage*. Elemen-elemen yang ditampilkan meliputi *navbar* dengan tombol menu, judul

utama dengan slogan perusahaan, dan tombol *Call to Action* “Hubungi Kami”. Di bawahnya terdapat *section* fitur utama Minyma, yang terdiri dari tiga poin layanan utama: Undangan *Personalized*, RSVP & *QR Code*, dan *Autoblast Undangan*. Masing-masing fitur ditampilkan dengan visual yang relevan dan teks penjelasan singkat, memastikan pengguna memahami keunggulan layanan sejak pertama kali membuka halaman.

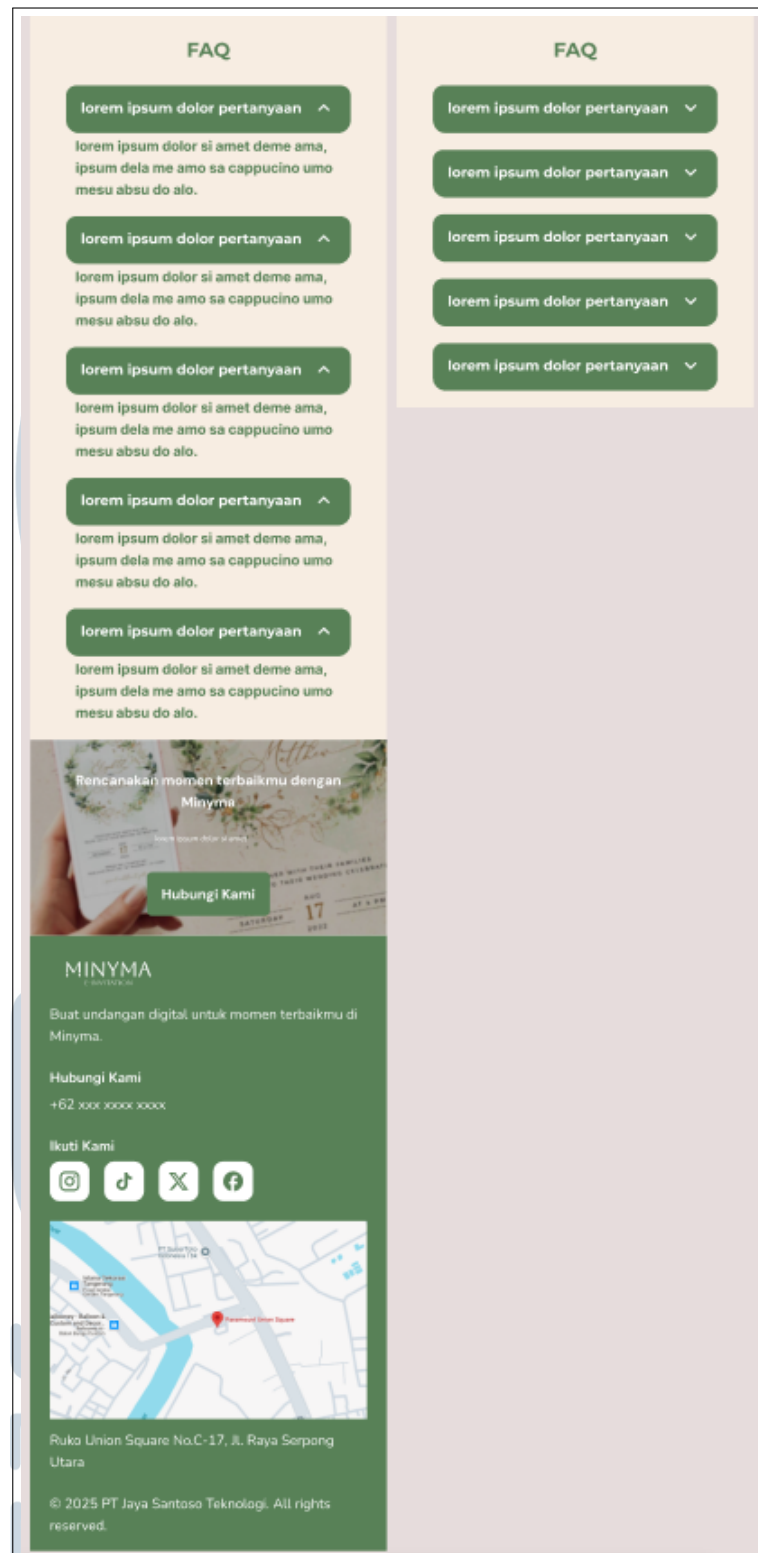




Gambar 3.22. *High-fidelity prototype homepage Minyma (Testimony section, template section, dan pricing section)*

Gambar 3.22 menampilkan bagian tengah hingga bawah dari *high-fidelity prototype* versi *mobile* untuk homepage Minyma. Di dalamnya terdapat tiga komponen utama, yaitu *testimony section* pengguna yang memberikan validasi sosial terhadap layanan, *template section* yang menunjukkan variasi desain yang ditawarkan, serta *pricing section* yang menampilkan dua pilihan paket—Royal dan Hemat—yang masing-masing disusun dalam bentuk *card* vertikal untuk memudahkan perbandingan. Penempatan konten yang berurutan ini dirancang untuk menjaga arus informasi tetap logis dan mudah dipahami pengguna.





Gambar 3.23. *High-fidelity prototype homepage Minyma (FAQ section, closing section, dan footer)*

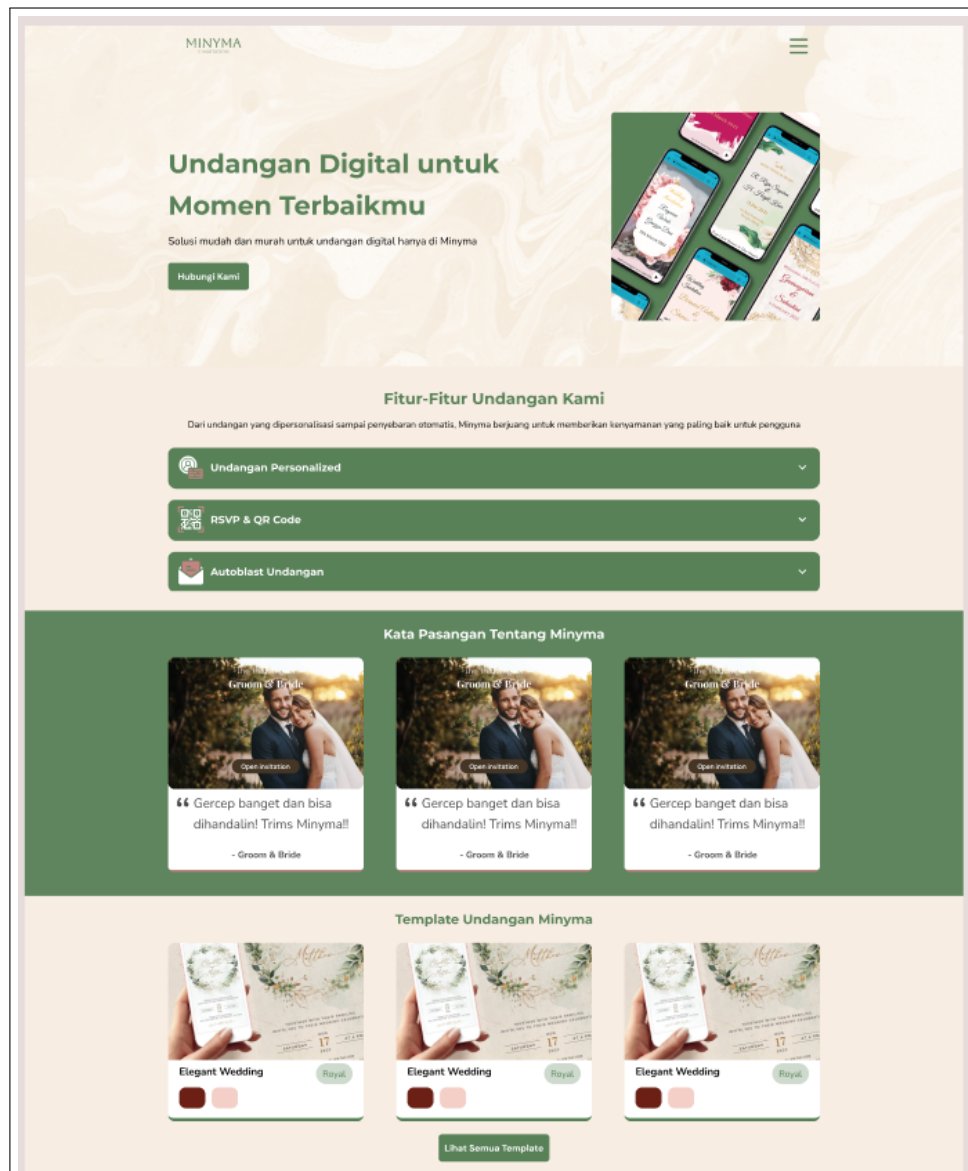
Gambar 3.23 berisi bagian bawah dari tampilan *prototype*, yang mencakup

FAQ *section*, closing CTA *section*, dan *footer*. FAQ dirancang dalam bentuk *accordion dropdown* yang interaktif untuk memberikan jawaban tanpa membebani tampilan halaman. CTA *section* yang muncul sebelum *footer* berfungsi sebagai pengingat terakhir bagi pengguna untuk segera menghubungi Minyma. Sementara itu, *footer* menyertakan informasi kontak, tautan media sosial, lokasi kantor fisik, serta identitas perusahaan, menjadikannya titik akhir yang informatif dan profesional.

3.3.9 Minggu Ke-9 – Hi-Fi Prototype Desktop dan Finalisasi

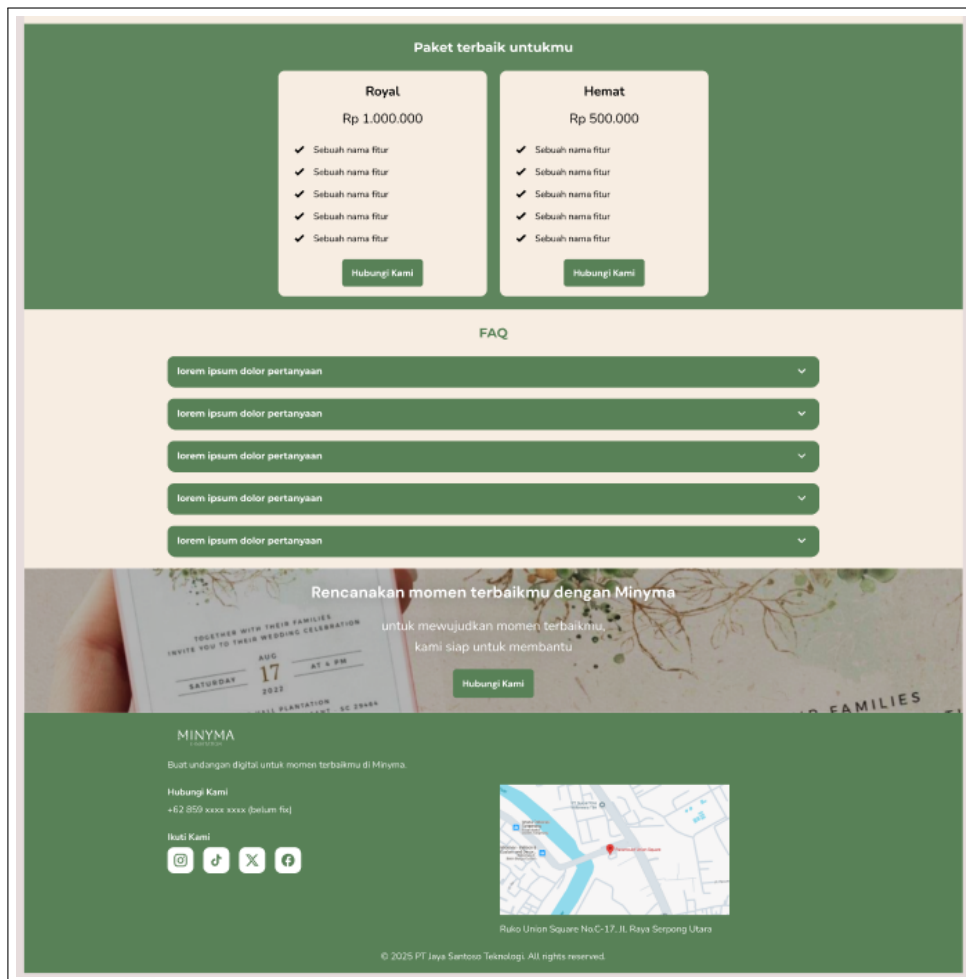
Setelah desain *homepage* Minyma difinalisasi dan disetujui oleh VP of Product, tim juga diinstruksikan untuk mengadaptasi *high-fidelity prototype* tersebut ke dalam versi *layout desktop*. Desain versi *desktop* mempertahankan konsistensi elemen visual dari versi *mobile*, termasuk palet warna, struktur informasi, dan hierarki visual, untuk memastikan pengalaman pengguna yang seragam di berbagai perangkat. Perlu dicatat bahwa seperti dari tahap *wireframing* ke *high-fidelity prototype*, terdapat perubahan-perubahan yang diterapkan untuk versi *desktop* dari versi *mobile* untuk memanfaatkan lebar *desktop* yang lebih lebar dibanding versi *mobile*. Versi desktop dari prototipe dapat dilihat pada gambar 3.24 dan 3.25.





Gambar 3.24. *High-fidelity prototype homepage* Minyma dengan *layout desktop* (Navbar, landing section, features section, testimony section, dan template section)

Pada gambar 3.24, *testimony section* dan *template section* mengalami perubahan dalam jumlah dan tata letak pemaparan kontennya berkat kelebaran yang tidak dimiliki dalam perangkat *mobile*, dimana jumlah maksimal konten yang dapat ditampilkan bertambah menjadi tiga.



Gambar 3.25. *High-fidelity prototype homepage* dengan *layout desktop* (*Pricing section*, *FAQ section*, *closing section*, dan *footer*)

Pada gambar 3.25, sama seperti *testimony section* dan *template section*, *pricing section* sekarang dapat menampilkan kontennya secara horizontal berkat kelebaran perangkat *desktop*. Konten dalam *footer* juga mengalami perubahan tata letak yang sama.

3.3.10 Minggu Ke-10 – Libur Nasional Idul Fitri

Pada minggu ke-10, kegiatan magang diliburkan sehubungan dengan hari libur nasional Idul Fitri. Tidak ada pekerjaan yang dilakukan selama periode ini.

3.3.11 Minggu Ke-11 – Libur Nasional Idul Fitri

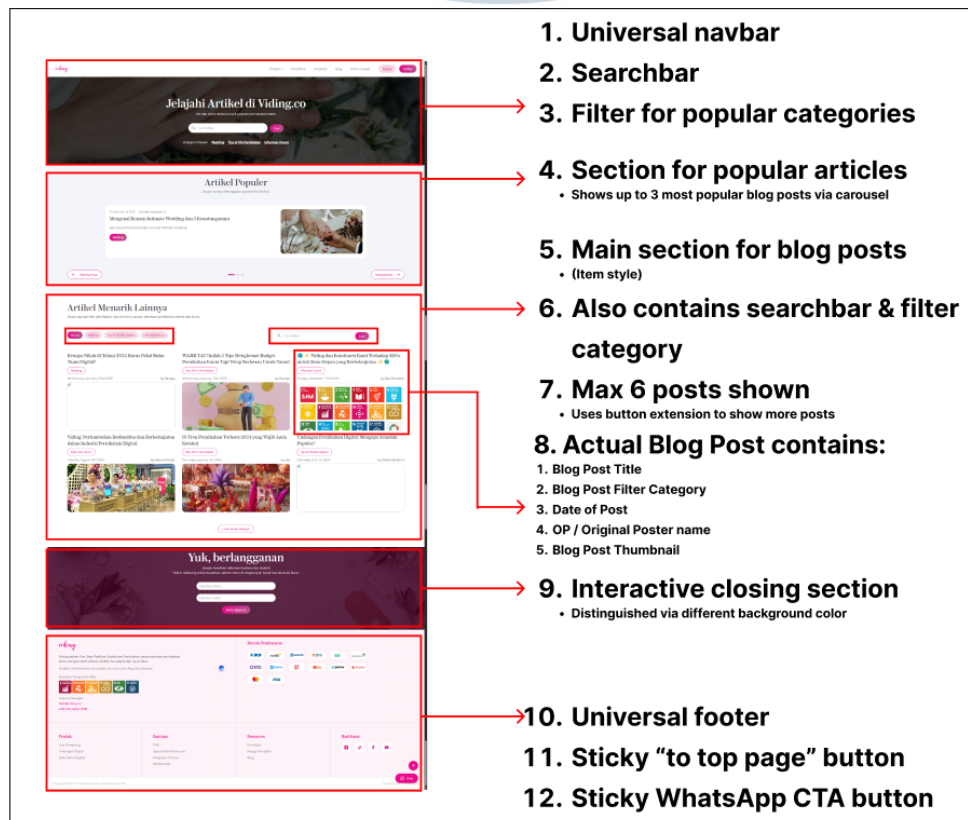
Minggu ke-11 masih termasuk dalam masa libur Idul Fitri. Seluruh aktivitas magang ditangguhkan hingga minggu berikutnya.

3.3.12 Minggu Ke-12 – Libur Nasional Idul Fitri

Pada minggu ke-12, masa libur nasional Idul Fitri resmi berakhir, namun belum ada kegiatan magang yang dilanjutkan karena perusahaan masih dalam masa transisi pasca-libur.

3.3.13 Minggu Ke-13 – Benchmarking Blog Page & Article Page

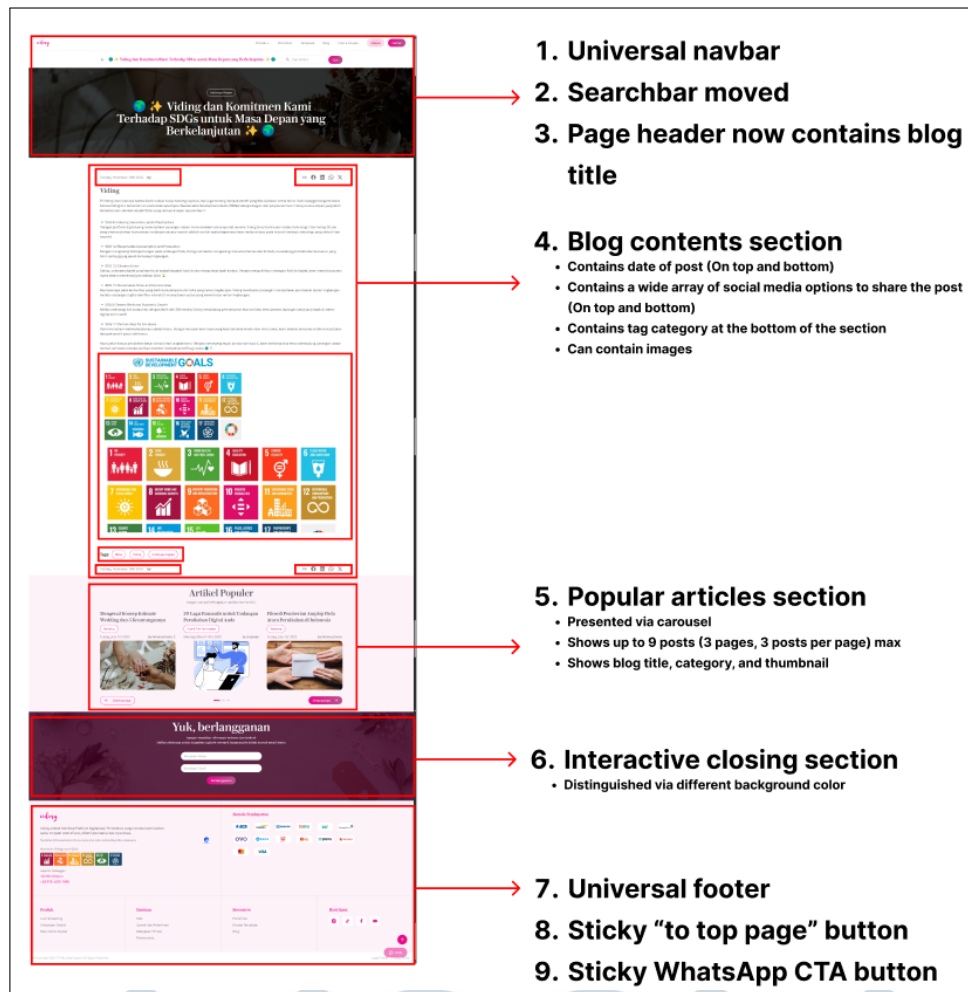
Pada minggu ke-13, proyek pembuatan halaman blog (*blog page*) dan artikel (*article page*) untuk situs Minyma mulai dikerjakan. Tahap awal difokuskan pada proses *benchmarking* terhadap lima situs kompetitor, yaitu Viding, Bridestory, WebNikah, Wedew, dan Akanikah. Analisis dilakukan terhadap struktur konten, gaya visual, dan elemen interaktif dari *blog page* serta *article page* masing-masing situs guna memahami pendekatan desain yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pengalaman membaca pengguna. Hasil *benchmarking* untuk setiap kompetitor dapat dilihat pada gambar 3.26, gambar 3.27, gambar 3.28, gambar 3.29, gambar 3.30, gambar 3.31, gambar 3.32, gambar 3.33, gambar 3.34, dan gambar 3.35.



Gambar 3.26. Benchmarking blog page milik Viding

Untuk Viding, Halaman blog milik Viding menampilkan struktur yang rapi dan modern. Dilihat dari gambar 3.26, halamannya dimulai dari *navbar universal* yang konsisten di seluruh situs Viding. Tepat di bawahnya terdapat *header section* yang juga berfungsi sebagai halaman pendaratan, lengkap dengan kolom pencarian dan *filter* kategori populer untuk memudahkan pengguna dalam menelusuri konten. Setelah itu, pengguna disuguhkan dengan *Popular Article Section* yang menampilkan hingga tiga artikel terpopuler dalam bentuk *carousel*. Bagian utama halaman memuat daftar *blog post* dengan gaya item, disertai fitur pencarian dan *filter* tambahan dalam satu tampilan. Setiap *blog post* memuat judul artikel, kategori filter, tanggal publikasi, nama penulis, dan *thumbnail*. Maksimal enam post ditampilkan sekaligus, dengan opsi untuk memuat lebih banyak artikel melalui tombol di bagian bawah. Menjelang akhir halaman, terdapat *interactive closing section* dengan latar belakang berbeda yang berfungsi sebagai *Call-To-Action* (CTA), sebelum ditutup dengan *footer universal*. Selain itu, halaman ini juga menyediakan tombol *sticky* “kembali ke atas” serta tombol WhatsApp yang selalu terlihat untuk memudahkan navigasi dan komunikasi.

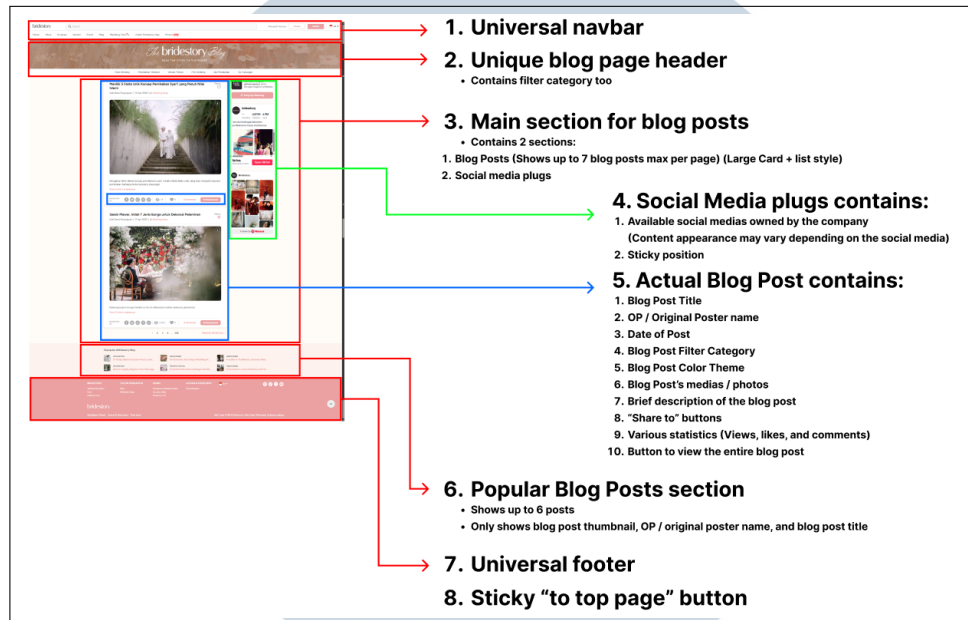




Gambar 3.27. Benchmarking article page milik Viding

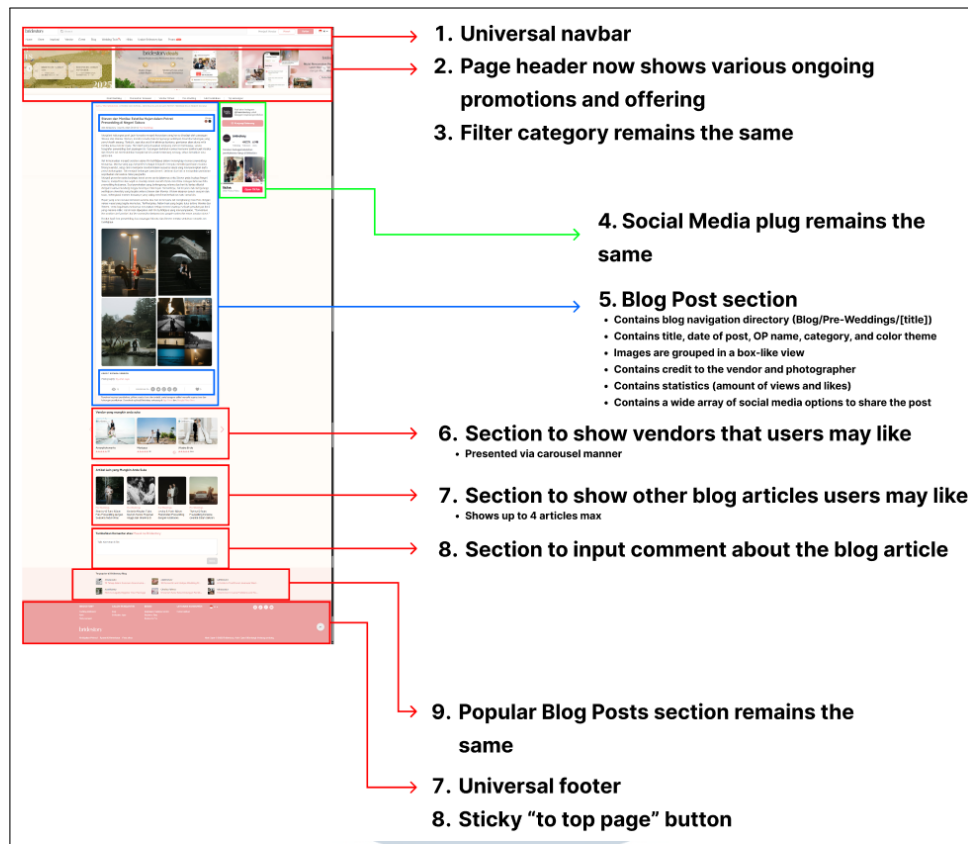
Pada gambar 3.27, tampilan halaman artikel dari Viding mempertahankan *navbar universal* di bagian paling atas, menciptakan konsistensi visual dengan halaman lainnya. Tepat di bawahnya terdapat *header section* yang kali ini berfungsi sebagai halaman pendaratan artikel, yang juga memuat judul *blog post* secara langsung. Kolom pencarian tetap ada, namun posisinya disesuaikan dengan struktur halaman. Masuk ke bagian utama, yaitu konten blog, pengguna dapat melihat tanggal publikasi yang ditampilkan di bagian atas dan bawah konten. Artikel dapat memuat gambar, serta dilengkapi dengan hingga lima tombol berbagi ke media sosial dan tag kategori yang ditampilkan di akhir artikel. Setelah membaca artikel, pengguna disambut oleh *Popular Article Section* dalam bentuk *carousel*, yang kali ini dapat menampilkan hingga 9 artikel populer, dengan distribusi 3 halaman dan masing-masing halaman memuat 3 artikel. Selain itu, *Popular Article Section* lengkap dengan judul, kategori, dan *thumbnail*. Bagian akhir halaman mengikuti

struktur serupa dengan *blog page*, yakni sebuah *interactive closing section* yang menonjol berkat warna latar belakangnya yang berbeda, diakhiri oleh *universal footer* sebagai penutup.



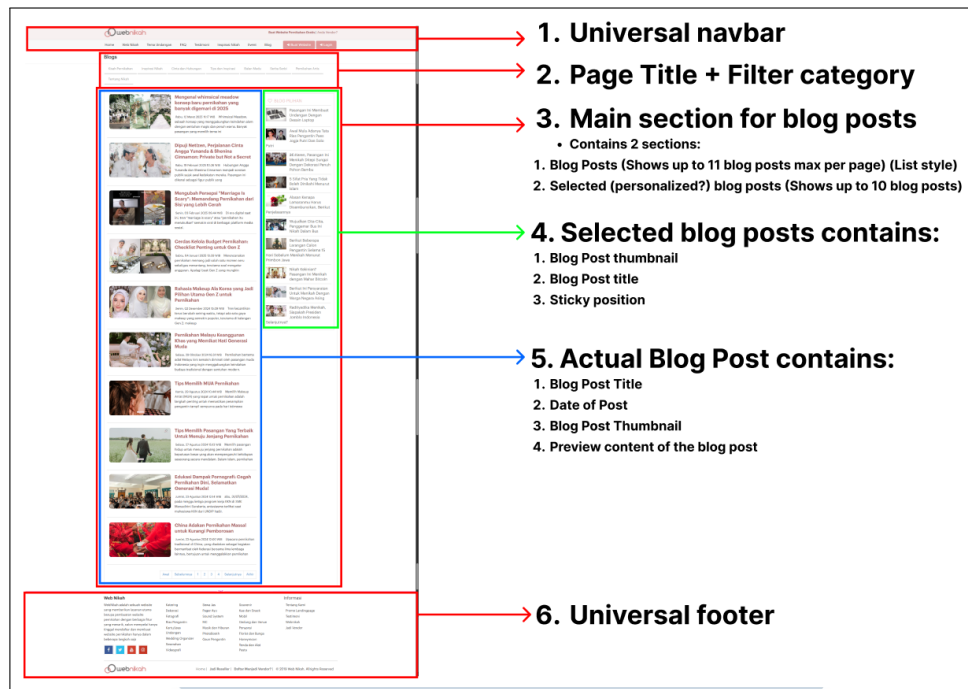
Gambar 3.28. *Benchmarking blog page* milik Bridestory

Gambar 3.28 menunjukkan Halaman blog milik Bridestory. Halaman blog milik Bridestory memiliki struktur yang cukup informatif dan padat fitur. Di bagian atas, terdapat *universal navbar* yang digunakan di seluruh halaman situs. Di bawahnya, halaman blog ini memiliki *header* khusus yang menampilkan *filter* kategori untuk memudahkan pengguna dalam memilah konten yang diinginkan. Bagian utama halaman berisi dua kolom: satu menampilkan hingga tujuh *blog post* secara vertikal dalam gaya list dan satu lagi memuat tautan ke media sosial milik perusahaan dengan posisi tetap (*sticky*). Setiap blog post menampilkan elemen lengkap seperti judul, nama penulis, tanggal, kategori, foto utama, deskripsi singkat, tombol berbagi (*share*), statistik interaksi (seperti *views*, *likes*, dan *comments*), serta tombol untuk melihat artikel selengkapnya. Di bagian bawah terdapat *popular post section*, *universal footer*, dan tombol *sticky* untuk kembali ke atas halaman.



Gambar 3.29. Benchmarking article page milik Bridestory

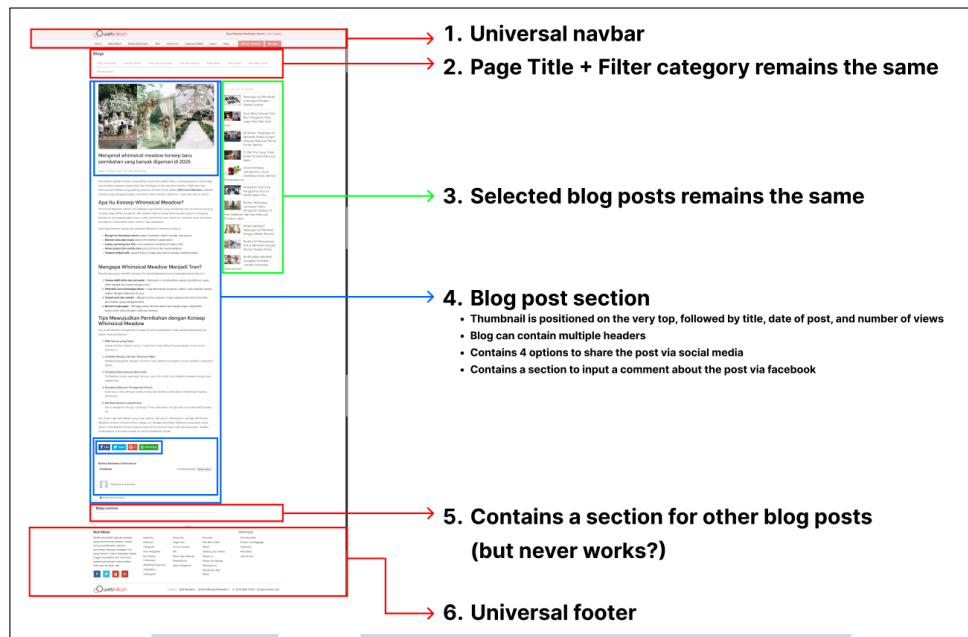
Pada halaman artikel individual milik Bridestory, yang ditampilkan pada gambar 3.29, struktur visualnya menjadi lebih fokus pada konten. *Navbar* dan *filter* kategori tetap ada di bagian atas, namun *page header* diubah untuk menampilkan promosi dan penawaran terbaru. *Blog post* ditampilkan dalam format berkelompok dengan gambar disusun dalam tampilan kotak, dan informasi seperti judul, penulis, tanggal, serta warna tema ditampilkan dengan jelas. Kredit untuk vendor dan fotografer juga disisipkan, menunjukkan perhatian terhadap etika konten. Selain itu, terdapat berbagai opsi untuk membagikan konten ke media sosial. Di bawah artikel terdapat bagian rekomendasi vendor dan artikel lain yang relevan, serta kolom komentar. Bagian bawah halaman tetap menampilkan *popular posts*, *universal footer*, dan tombol *to top* yang tetap terlihat saat menggulir.



Gambar 3.30. *Benchmarking blog page* milik WebNikah

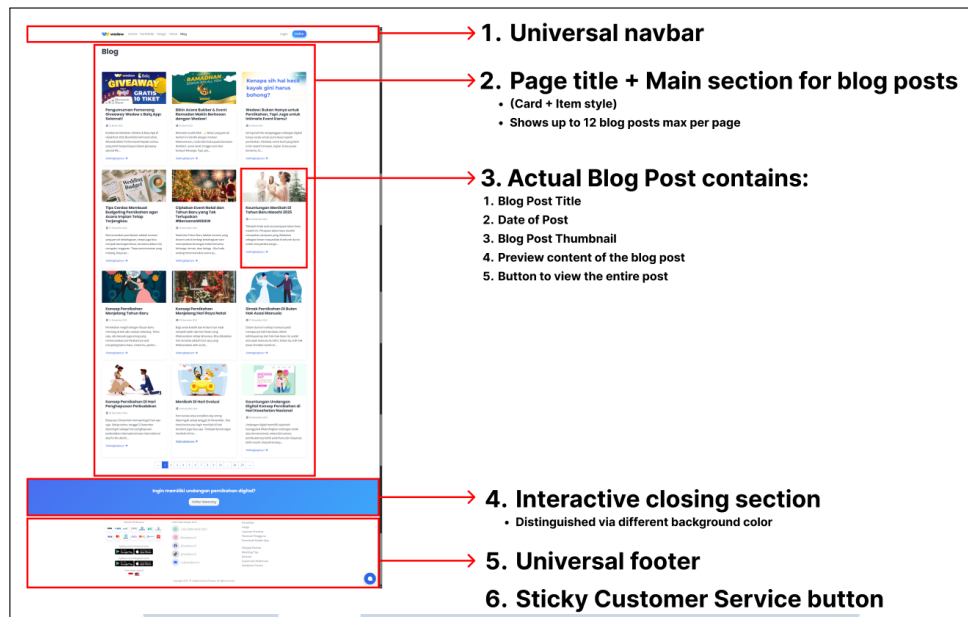
Pada gambar 3.30, yang menampilkan hasil *benchmarking blog page* WebNikah, tampilan blog WebNikah bersifat sederhana namun cukup padat informasi. Elemen seperti *universal navbar*, judul halaman, dan *filter* kategori ditempatkan di bagian atas halaman. *Blog post* ditampilkan dalam gaya list, dan mampu menampilkan hingga sebelas postingan dalam satu halaman. Selain itu, terdapat bagian tambahan yang menampilkan *selected blog posts* yang kemungkinan bersifat personalisasi atau pilihan unggulan, dengan posisi tetap (*sticky*). *Blog post* memuat elemen seperti judul, tanggal, *thumbnail*, dan pratinjau isi artikel. Tampilan ini mengutamakan efisiensi informasi tanpa visual yang terlalu kompleks. *Footer* yang digunakan bersifat *universal* dan sama dengan halaman lainnya di situs WebNikah.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.31. *Benchmarking article page* milik WebNikah

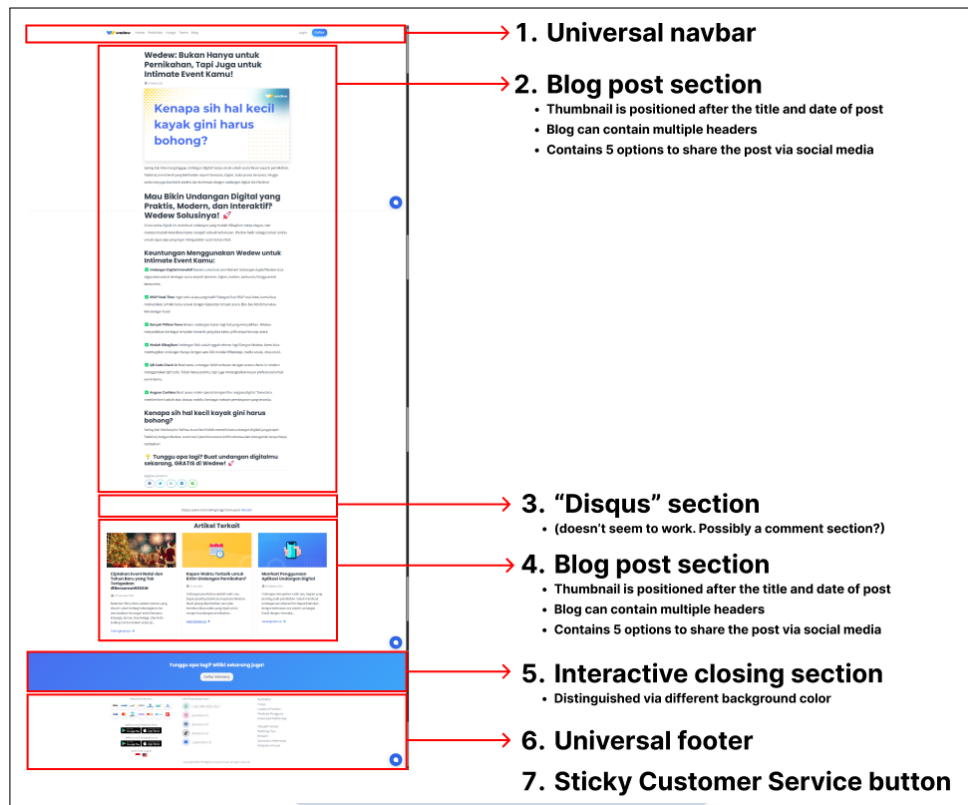
Untuk halaman artikelnya, yang dapat dilihat pada gambar 3.31, halaman artikel dari WebNikah diawali dengan navbar universal yang konsisten dengan halaman lainnya. Di bawahnya, pengguna akan menemukan judul halaman dan *filter* kategori, mempertahankan struktur dari halaman blog sebelumnya. Bagian utama terdiri dari dua komponen, yaitu artikel itu sendiri dan juga blog post yang dipilih (*selected blog posts*) yang tetap sama tampilannya. Artikel dimulai dengan *thumbnail* yang diletakkan di bagian paling atas, diikuti oleh judul, tanggal publikasi, dan jumlah *views*. Konten artikel dapat memuat beberapa *header* untuk memudahkan pembacaan, serta dilengkapi opsi untuk membagikan artikel ke empat media sosial, dengan tombol berbagi diletakkan di bagian bawah konten. Tepat setelah tombol berbagi, terdapat kolom komentar berbasis Facebook, memungkinkan pembaca untuk memberi respons secara langsung. Di bagian bawah halaman, terdapat *section* untuk artikel lain, namun tampaknya tidak berfungsi atau tidak dimuat secara sempurna pada saat pengambilan gambar. Seluruh halaman kemudian diakhiri dengan *universal footer* sebagai penutup.



Gambar 3.32. Benchmarking blog page milik Wedew

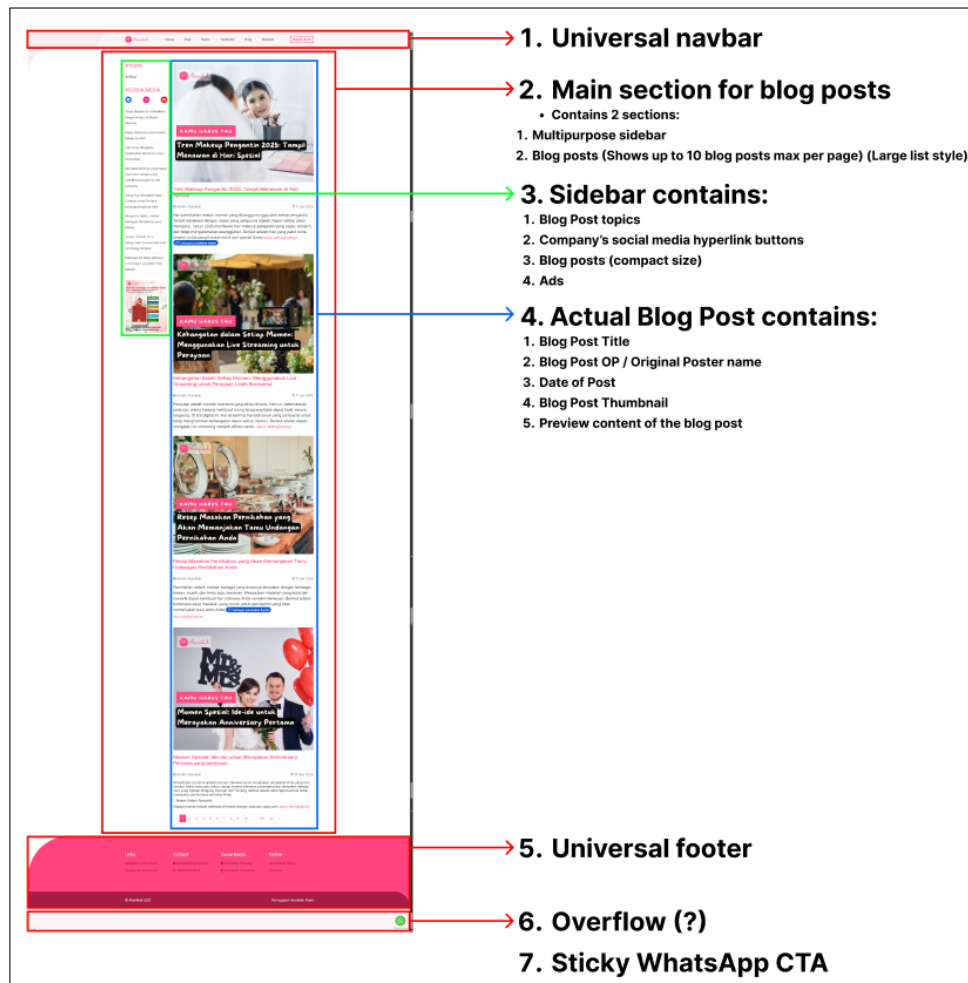
Gambar 3.32 menampilkan halaman *blog page* dari Wedew. Wedew menerapkan tampilan *card* dan juga *item style* yang memungkinkan menampilkan hingga dua belas *blog post* dalam satu halaman. *Blog post* ditampilkan dalam bentuk kotak-kotak terpisah dengan *thumbnail*, judul, tanggal, dan pratinjau isi artikel. Setiap blog juga dilengkapi tombol untuk membaca artikel secara lengkap. Di bagian bawah halaman terdapat *interactive closing section* dengan warna latar yang berbeda, bertujuan sebagai ajakan untuk bertindak (*call-to-action*). Selain itu, terdapat *universal footer* dan tombol layanan pelanggan yang *sticky* di pojok kanan bawah, membuat layanan mudah dijangkau.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



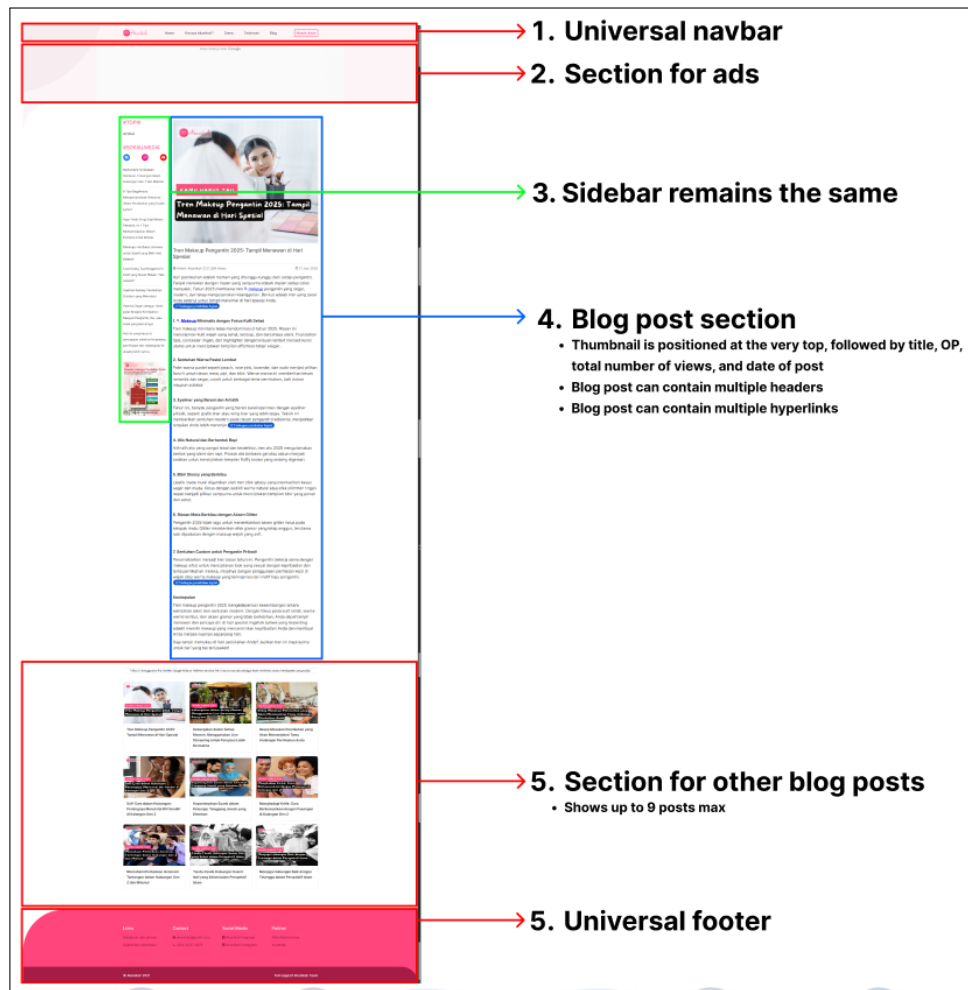
Gambar 3.33. Benchmarking article page milik Wedew

Untuk artikelnya sendiri pada Wedew, yang ditampilkan pada gambar 3.33, halaman artikel dari Wedew memiliki struktur yang rapi dan responsif. *Blog post* ditampilkan dengan judul dan tanggal di bagian atas, diikuti oleh konten artikel dan *thumbnail*. Artikel dapat memiliki beberapa header dan hyperlink, mendukung pengalaman membaca yang tersegmentasi. Ada lima opsi berbagi ke sosial media yang diletakkan di bagian bawah artikel. Setelahnya, terdapat *Disqus section* yang tampaknya ditujukan sebagai kolom komentar, tetapi saat pembuatan *benchmarking* tampak tidak berfungsi. Di bawahnya, terdapat bagian rekomendasi artikel terkait yang disebut Artikel Terkait, lalu diikuti oleh *interactive closing section* dan *universal footer*.



Gambar 3.34. Benchmarking blog page milik Akanikah

Halaman blog Akanikah, yang ditampilkan pada gambar 3.34, menyajikan konten dalam format *large list style* dengan dua kolom utama. Kolom utama menampilkan hingga sepuluh *blog post* dalam gaya besar, sementara kolom *sidebar* menyajikan berbagai tautan media sosial, daftar topik, dan post versi ringkas, termasuk iklan. *Blog post* yang ditampilkan berisi judul, nama penulis, tanggal, *thumbnail*, dan pratinjau isi artikel. Elemen desain seperti warna dan ikon tampak meriah namun tetap fungsional. *Footer* yang digunakan bersifat universal dan tampil konsisten. Terdapat pula tombol WhatsApp CTA yang *sticky* di kanan bawah, mendorong pengguna untuk menghubungi admin secara langsung.



Gambar 3.35. *Benchmarking article page* milik Akanikah

Untuk gambar 3.35, yaitu halaman *article page* Akanikah, halaman artikel dari Akanikah mempertahankan konsistensi dari halaman blog. Bagian atas menampilkan *navbar* dan bagian iklan. *Sidebar* tetap ada dengan isi yang sama seperti halaman blog. Artikel sendiri ditampilkan dengan struktur konten yang jelas: *thumbnail* di atas, diikuti oleh judul, nama penulis, *total views*, tanggal, dan isi artikel. Konten artikel mendukung banyak *header* dan *hyperlink*. Di bagian bawah halaman, terdapat bagian rekomendasi artikel lain hingga sembilan *post*, diakhiri dengan *universal footer*. Struktur ini dirancang untuk menjaga *engagement* pengunjung setelah membaca satu artikel.

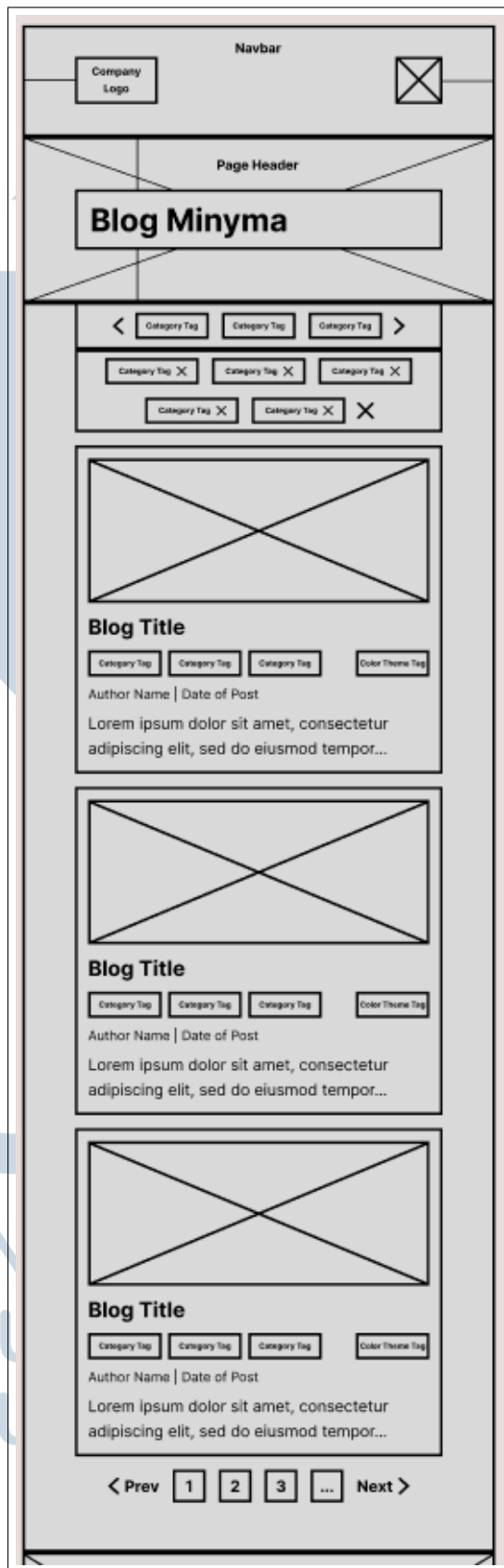
Dari kelima benchmarking tersebut, dapat dilihat bahwa tampilan pada halaman *blog page* dan juga *article page* memiliki bentuk yang lebih bervariasi dibanding *homepage*. Salah satu elemen yang berkontribusi pada varietas tersebut adalah tampilan artikel-artikel yang tersedianya pada *blog page*. Ada yang menggunakan tampilan *scrolling* kebawah seperti Bridestory, WebNikah dan

Akanikah, sementara ada juga yang menggunakan tampilan *card*, yang ditampilkan dalam susunan baris dan kolom seperti Viding dan Wedew.

3.3.14 Minggu Ke-14 – Perancangan Wireframe Versi Mobile untuk Blog Page & Article Page

Setelah menyelesaikan *benchmarking* dan menerima instruksi dari *VP of Product*, yaitu untuk mengembangkan *wireframe* dengan *layout mobile* serta menggunakan tampilan *card* untuk *blog page*, tahap selanjutnya difokuskan pada proses *wireframing*. Fokus utama pada tahap ini adalah penyusunan struktur tata letak yang jelas dan efisien. Untuk halaman blog (*blog page*), *wireframe* mencakup beberapa elemen penting seperti *navbar*, daftar artikel dengan *thumbnail*, fitur pencarian, serta filter berdasarkan kategori. Sedangkan untuk halaman artikel (*article page*), struktur *wireframe* meliputi *thumbnail* artikel, judul artikel, informasi penulis dan tanggal, filter kategori, isi konten utama, tautan artikel terkait atau berkas-berkas yang ditempelkan pada artikel, serta fitur untuk membagikan artikel melalui media sosial. *Wireframe* yang telah dibuat kemudian dikaji ulang oleh *VP of Product* untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis Minyma. Hasil akhir *wireframe* dapat dilihat pada gambar 3.36 dan 3.38.

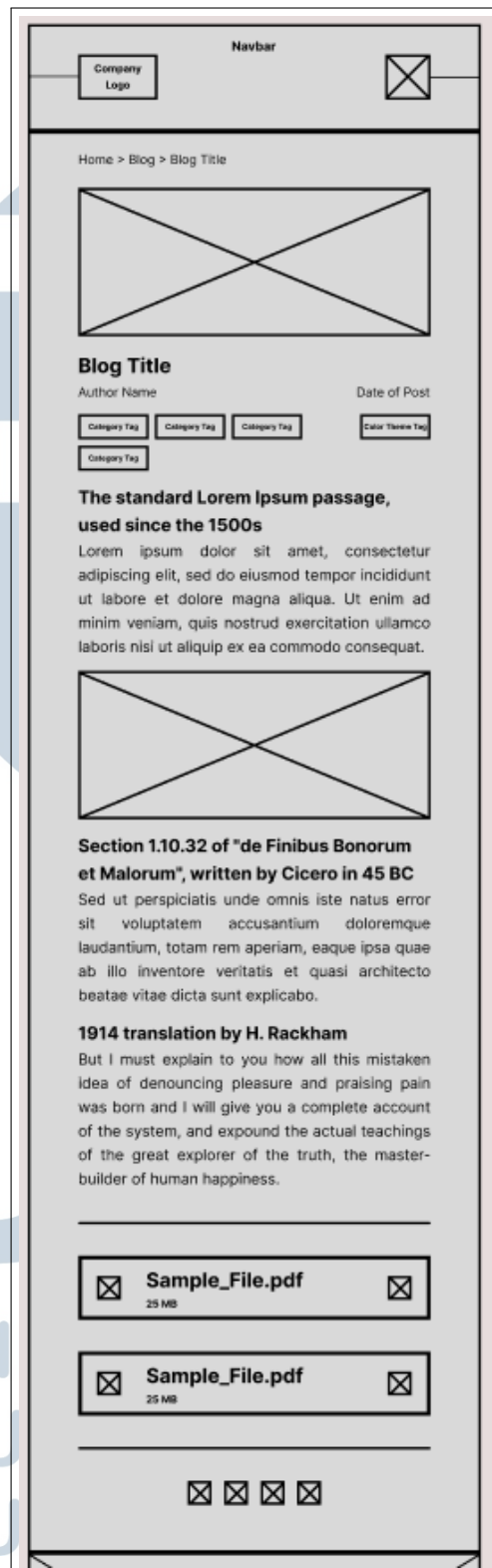




Gambar 3.36. Wireframe blog page Minyma dengan layout mobile

Pada gambar 3.36, ditampilkan *wireframe* untuk halaman blog (*blog page*) Minyma dengan *layout mobile*. Struktur halaman dimulai dari bagian *navbar* di bagian atas yang berfungsi sebagai navigasi utama, dan memiliki bentuk yang sama dengan *homepage* agar konsisten. Di bawahnya terdapat *landing section* yang memperkenalkan isi halaman blog secara singkat. Artikel-artikel ditampilkan dalam bentuk *card* yang tersusun secara vertikal. Setiap *card* menampilkan judul artikel, tag atau kategori artikel, nama penulis dan tanggal publikasi, serta pratinjau isi artikel sepanjang dua baris teks. Di bagian atas daftar artikel terdapat fitur *filter* berdasarkan kategori/tag yang dapat digunakan untuk menyaring konten. Desain halaman ditutup dengan bagian *closing section* dan *footer* yang diadaptasi dari tampilan *homepage* Minyma untuk menjaga konsistensi desain.



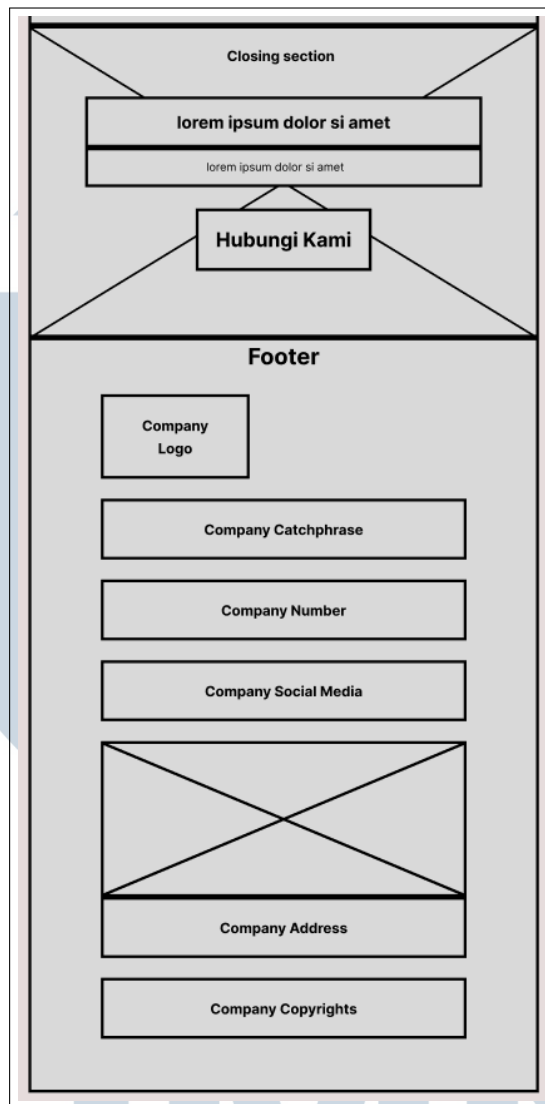


Gambar 3.37. Wireframe article page Minyma dengan *layout mobile*

Sementara itu, gambar 3.37 menampilkan *wireframe* untuk halaman artikel

(*article page*) Minyma dengan *layout mobile*. Sama seperti halaman blog (*blog page*), halaman dimulai dengan *navbar* yang sama agar tetap konsisten. Setelah itu, terdapat *breadcrumbs* atau langkah-langkah navigasi yang telah dilakukan untuk mencapai halaman saat ini. Ini diterapkan agar pengguna tidak mudah tersesat dalam konteks navigasi dan mempermudah pengguna untuk melacak kembali navigasi pengguna. Setelah *breadcrumbs*, hierarki artikelnya dimulai dengan *thumbnail* atau gambar utama artikel, disusul oleh judul artikel, informasi penulis dan tanggal publikasi, serta daftar kategori atau tag yang terkait dengan artikel tersebut. Bagian inti halaman menampilkan konten artikel secara penuh, dengan susunan teks yang rapi dan nyaman dibaca pada layar *mobile*. Untuk tipografinya, teks *header* ditampilkan dengan huruf tebal dan ukuran teks yang sedikit lebih besar dibanding teks isi. Di akhir konten terdapat elemen dimana penulis dari artikel tersebut dapat mengunggah berkas lampiran jika ada, serta fitur untuk membagikan artikel melalui media sosial. Seluruh elemen disusun dengan mempertimbangkan alur baca pengguna dan estetika desain agar tetap bersih, ringan, dan mudah dinavigasi. Sementara untuk *closing section* dan *footer*, kedua halaman memiliki struktur yang sama, yang dapat dilihat pada gambar 3.38.





Gambar 3.38. Wireframe closing section dan footer untuk halaman *blog page* dan *article page*

Closing section dan *footer* yang ditampilkan pada gambar 3.38 merupakan *closing section* dan *footer* yang sama dari *homepage* Minyma. *Closing section* dan *footer* ini digunakan kembali agar tampilan tetap konsisten dengan satu sama lain dan pengalaman pengguna tetap mulus dan terarah di seluruh halaman.

3.3.15 Minggu Ke-15 – Pengembangan High-Fidelity Prototype Blog Page & Article Page

Pada minggu ke-15, proyek *blog page* dan *article page* memasuki tahap akhir, yaitu pembuatan *high-fidelity prototype* menggunakan Figma. Pada tahap ini, *wireframe* yang sebelumnya bersifat fungsional diubah menjadi tampilan visual

yang lebih hidup dan rinci, sesuai dengan identitas *brand* Minyma. Proses ini mencakup pemilihan skema warna, tipografi, ikonografi, serta elemen visual lainnya yang mencerminkan gaya modern dan profesional. Desain yang dibuat juga dipastikan tetap konsisten dengan elemen visual yang telah digunakan pada halaman utama (*homepage*) Minyma, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang kohesif dan terpadu di seluruh platform. Hasil akhir dari prototipe ini dapat dilihat pada gambar 3.39, 3.40, dan 3.41.

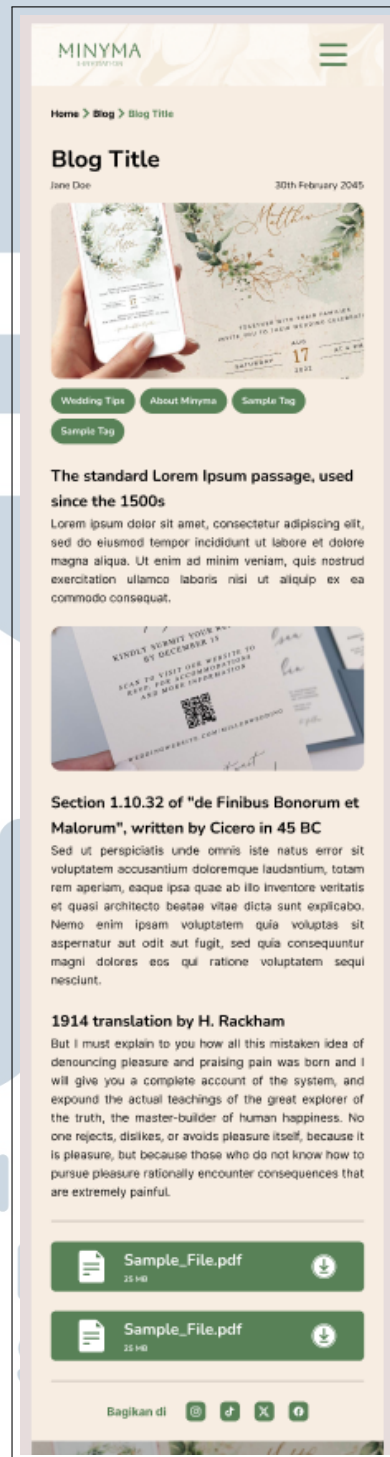




Gambar 3.39. *High-fidelity prototype blog page*

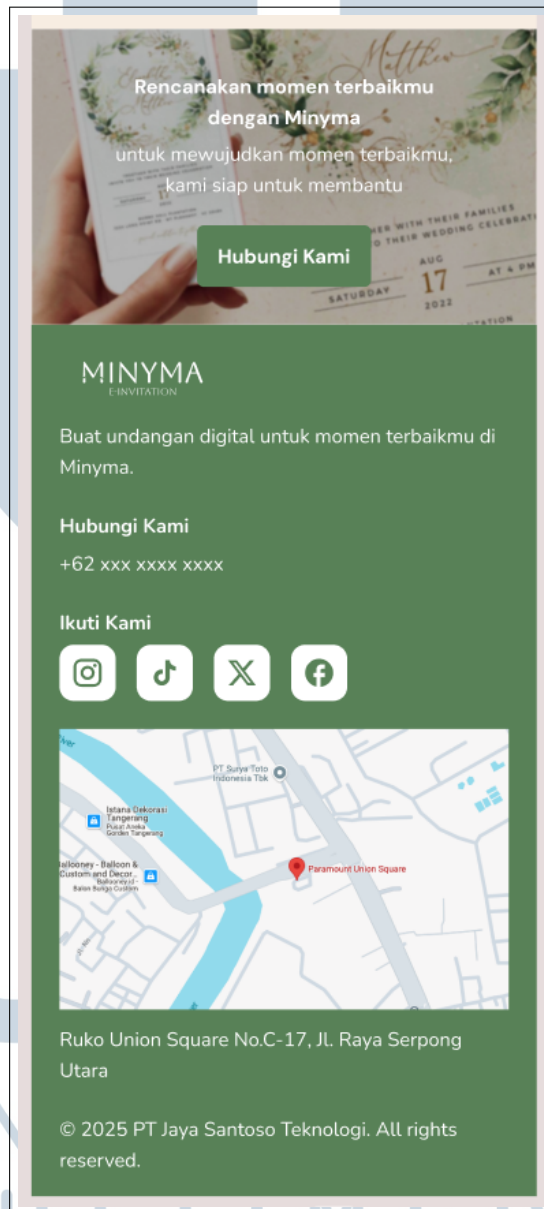
Sama seperti *high-fidelity prototype homepage* Minyma, *high-fidelity prototype blog page* dan *article page* Minyma menggunakan palet warna yang sama, dengan komposisi utama berwarna krem sebagai warna dominan, hijau sebagai

warna sekunder, dan merah mawar (#B6857D) sebagai warna tersier. Prinsip komposisi warna 60-30-10 juga tetap diterapkan untuk menciptakan keseimbangan visual.



Gambar 3.40. *High-fidelity prototype article page*

Untuk *article page*, yang dapat dilihat pada gambar 3.40, tidak mengalami banyak perubahan dari segi desain dan tata letak. Warna latar belakang mengadopsi warna utama krem, sementara warna sekunder hijau digunakan untuk elemen-elemen seperti tombol bagikan melalui media sosial, unduhan berkas, dan juga *tags*.



Gambar 3.41. *High-fidelity prototype closing section dan footer pada blog page dan article page*

Closing section dan *footer* pada *blog page* dan *article page* juga memiliki desain yang sama dengan *closing section* dan *footer* yang ada di *homepage* untuk menetapkan konsistensi, dan dapat dilihat pada gambar 3.41.

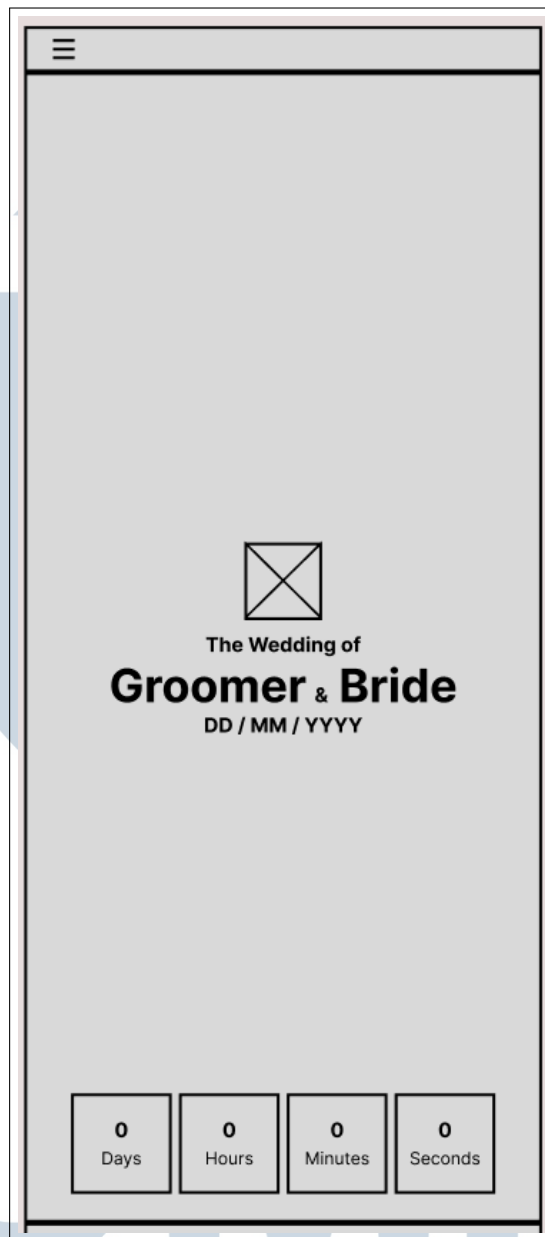
3.3.16 Minggu Ke-16 – Revisi High-Fidelity Prototype Blog Page & Article Page

Minggu ke-16 difokuskan pada proses revisi terhadap *high-fidelity prototype* versi *mobile* dan *desktop*. Revisi dilakukan berdasarkan masukan dari *VP of Product*, yang mencakup aspek visual seperti konsistensi elemen desain, harmoni warna, serta penyempurnaan navigasi dan tata letak. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan halaman blog dan artikel Minyma dapat memberikan pengalaman pengguna yang menyeluruh dan profesional.

3.3.17 Minggu Ke-17 – Benchmarking E-Invitation Kompetitor & Perancangan Wireframe Template E-Invitation Minyma

Pada minggu ke-17, proyek pembuatan templat *e-invitation* dengan tema baru dimulai untuk menambah variasi desain yang tersedia pada platform Minyma. Berbeda dengan proyek *e-invitation* sebelumnya yang berbasis permintaan klien, proyek kali ini bertujuan untuk memperluas opsi desain melalui berbagai tema dan palet warna. Instruksi diberikan oleh *VP of Product* untuk merancang sebuah templat dengan tema gelap, serta menyediakan dua contoh *e-invitation* dari kompetitor sebagai referensi. Tahap awal proyek berfokus pada proses *benchmarking* ringan terhadap referensi tersebut guna mengidentifikasi tren desain dan struktur konten yang relevan. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan *wireframe* versi *mobile* untuk templat *e-invitation* Minyma, yang juga dilaksanakan pada minggu yang sama.

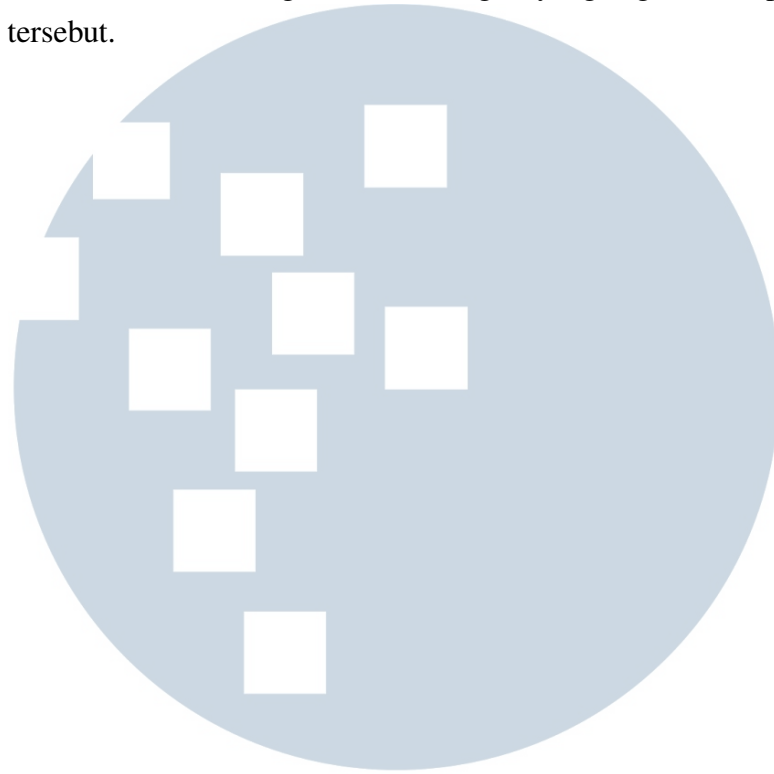
Seperti *wireframe-wireframe* sebelumnya, *wireframe* ini disusun dengan memperhatikan urutan informasi yang logis serta alur interaksi pengguna yang intuitif, dan mengutamakan *layout mobile* terlebih dahulu. Pada akhirnya, hasil akhir *wireframe* templat *e-invitation* ini dapat dilihat pada gambar 3.42, gambar 3.43, gambar 3.44, gambar 3.45, gambar 3.46, dan gambar 3.47.



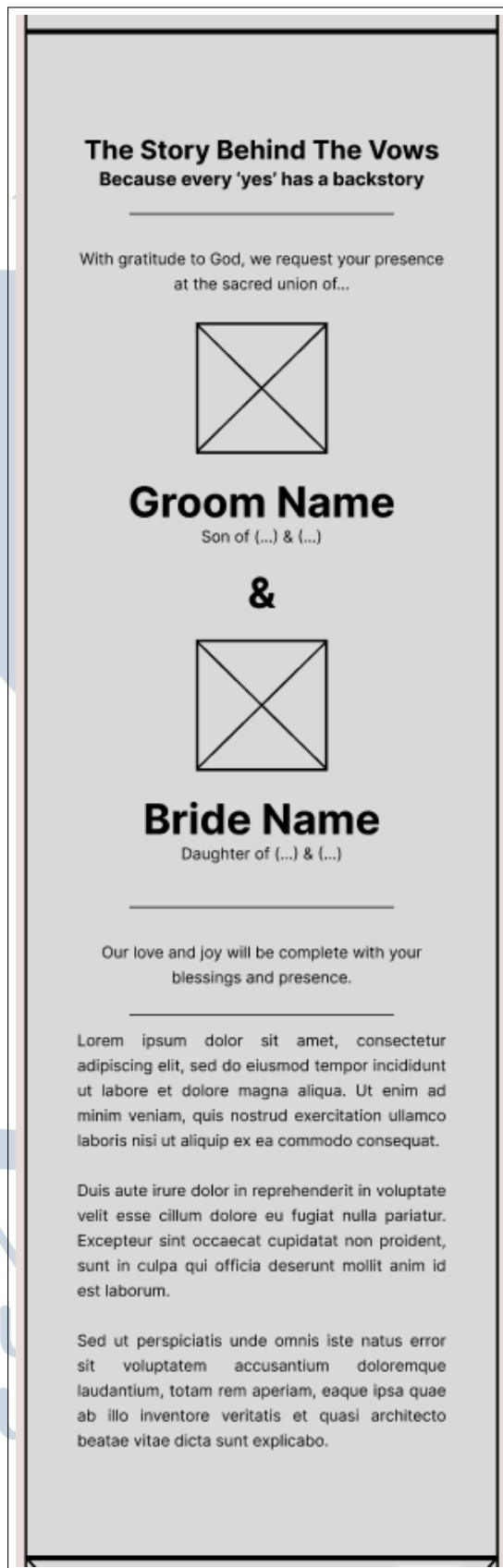
Gambar 3.42. Wireframe templat *e-invitation dark theme* (*Landing section* dan *countdown section*)

Gambar 3.42 menunjukkan bagian awal dari *wireframe* untuk templat *e-invitation* bertema gelap. Tampilan yang ditampilkan mencakup *landing section* serta *countdown section* yang berada tepat di bawahnya. Pada bagian tengah *landing section* terdapat tulisan “*The Wedding of Groom & Bride*” yang nantinya akan digantikan dengan nama pasangan pengantin. Tanggal pernikahan ditampilkan tepat di bawah teks utama sebagai informasi penting bagi tamu undangan. Di atas judul utama terdapat kotak *placeholder* kecil yang dirancang untuk menampilkan inisial pasangan, memberikan sentuhan visual yang lebih personal saat tahap *high-*

fidelity prototype nanti. Desain awal ini menitikberatkan pada kesederhanaan dan kejelasan informasi, selaras dengan nuansa elegan yang ingin disampaikan oleh tema gelap tersebut.



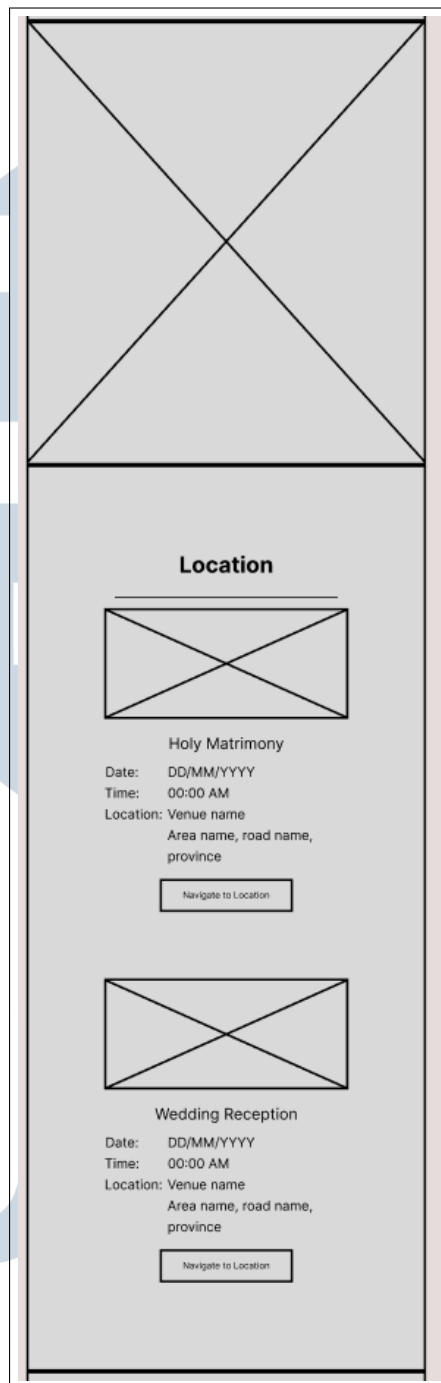
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.43. Wireframe templat e-invitation dark theme (Groom & Bride section)

Gambar 3.43 menampilkan bagian *Groom & Bride section* dari *wireframe e-invitation* bertema gelap. Di bagian atas terdapat judul *section “The Story Behind The Vows”* yang memperkenalkan isi dari segmen ini, diikuti oleh teks pendukung *“Because every ‘yes’ has a backstory”* dalam ukuran font yang lebih kecil untuk menambahkan kesan naratif dan emosional. Selanjutnya, ditampilkan dua kotak *placeholder* foto yang mewakili posisi foto mempelai pria dan wanita, disusun secara vertikal menyesuaikan dengan *layout* perangkat *mobile*. Di bawahnya, tersedia ruang teks untuk menceritakan secara singkat kisah pertemuan antara kedua mempelai, menambah nilai personalisasi dan kedekatan emosional bagi para tamu yang membaca.



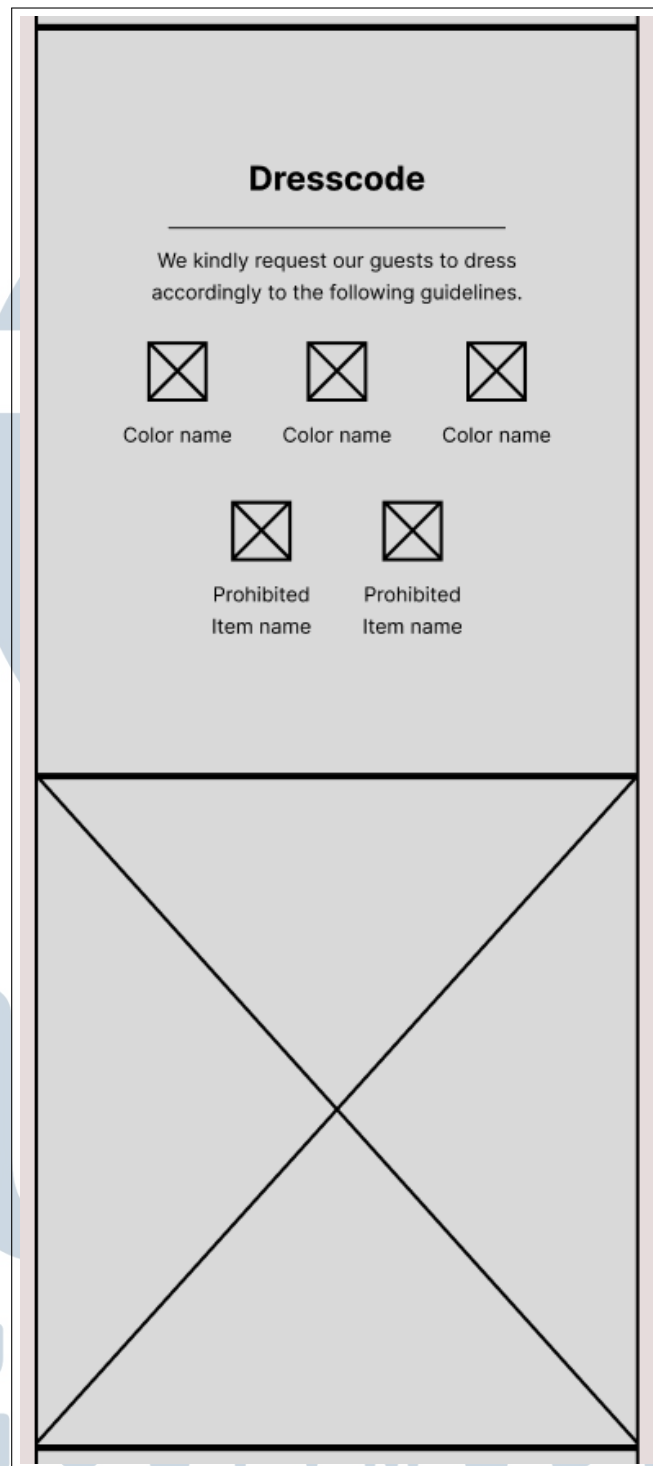


Gambar 3.44. Wireframe templat *e-invitation dark theme* (*Gallery section* dan *location section*)

Gambar 3.44 menampilkan dua bagian berbeda dari *wireframe e-invitation* bertema gelap, yaitu *Gallery section* dan *Location section*. Bagian galeri dirancang dalam bentuk *scroll horizontal*, di mana setiap foto memiliki ukuran tinggi dan lebar yang tetap, memungkinkan pengguna untuk menelusuri berbagai momen dengan cara yang interaktif dan dinamis. Setelah galeri, halaman berlanjut ke *Location*

section yang disusun secara vertikal, mirip dengan tata letak pada bagian *Groom & Bride*. Bagian ini menampilkan dua lokasi penting dalam acara pernikahan, yakni akad nikah dan resepsi. Masing-masing lokasi dilengkapi dengan kotak *placeholder* yang nantinya akan diisi dengan tangkapan peta Google Maps, serta tombol *hyperlink* khusus yang dapat membuka lokasi tersebut langsung di aplikasi Google Maps. Desain ini mengutamakan kepraktisan sekaligus memperkuat aspek informatif bagi para tamu.





Gambar 3.45. Wireframe templat *e-invitation dark theme* (*Dresscode section* dan *second gallery section*)

Gambar 3.45 menampilkan *Dresscode section* dan *Gallery section* kedua yang nantinya terhubung langsung dengan RSVP. Pada *wireframe* ini, *Dresscode section* masih dalam bentuk template namun telah menampilkan susunan visual

yang jelas. Terdapat tiga kotak gambar yang ditujukan untuk menampilkan contoh warna pakaian yang disarankan untuk para tamu undangan, membantu memastikan keseragaman dan nuansa visual acara. Di bawahnya, terdapat dua kotak tambahan yang ditujukan untuk menampilkan larangan, seperti warna atau atribut tertentu yang tidak diperbolehkan. Setelah bagian *dresscode*, terdapat sebuah foto statis yang berfungsi sebagai penghubung visual menuju bagian RSVP, meskipun detail RSVP tidak ditampilkan dalam gambar ini. Desain ini bertujuan untuk memperkuat komunikasi non-verbal melalui visual dan memberikan panduan yang jelas bagi tamu undangan.



The image displays a wireframe for an e-invitation interface with a dark theme. It is divided into two main vertical sections. The left section contains an 'RSVP' form at the top and a 'Personal Message' form below it. The right section contains an 'extended RSVP' form. All forms are light gray with black text and borders.

Left Section:

- RSVP Section:**
 - Title: **RSVP**
 - Text: To Mr. / Mrs. / Ms. Please confirm your attendance before DD / MM / YYYY
 - Form: Full name (Form)
 - Form: Phone Number (Form)
 - Buttons: Attend, Not Attend
- Personal Message Section:**
 - Title: **Personal Message**
 - Text: Leave us a message or your best wishes!
 - Form: Full name (Form)
 - Form: Message (Form)
 - Form: Submit Button
 - Guest List: A list of three 'GUEST' entries, each with a 'Sample Message' and a vertical input field.

Right Section:

- extended RSVP Section:**
 - Title: **RSVP**
 - Text: To Mr. / Mrs. / Ms. Please confirm your attendance before DD / MM / YYYY
 - Form: Full name (Form)
 - Form: Phone Number (Form)
 - Buttons: Attend, Not Attend
 - Text: Please select an event to attend
 - Buttons: Holy Matrimony, Wedding Reception, Attend Both
 - Text: Please select the amount of participants
 - Form: --
 - Text: Please enter the name of the attending participants
 - Form: Large Form
 - Text: Are you sure you would like to submit the following details?
 - Buttons: Yes, No

Gambar 3.46. Wireframe templat *e-invitation dark theme* (RSVP section, extended RSVP section, dan personal message section)

Gambar 3.46 menampilkan bagian *RSVP section*, *extended RSVP section*, dan *personal message section* dari *wireframe e-invitation* bertema gelap. *RSVP section* dirancang agar pengguna dapat mengisi formulir nama lengkap dan nomor telepon sebagai langkah awal konfirmasi kehadiran. Jika pengguna memilih opsi "akan hadir", maka bagian RSVP akan diperluas secara otomatis, menampilkan beberapa opsi tambahan seperti jenis acara yang akan dihadiri (akad nikah, resepsi, atau keduanya), jumlah peserta, formulir nama peserta, serta konfirmasi akhir sebelum pengiriman data. Sebaliknya, jika memilih "tidak hadir", bagian RSVP

tetap akan diperluas namun hanya menampilkan konfirmasi akhir. Dalam gambar, versi awal RSVP terlihat di sisi kiri, sementara versi lanjutan ditampilkan di sisi kanan. Setelah *RSVP section*, halaman berlanjut ke *personal message section*, dimana tamu undangan dapat mengisi nama dan meninggalkan ucapan atau harapan melalui tampilan seperti unggahan Instagram. Pesan-pesan yang telah dikirim akan ditampilkan dalam bentuk *scroll view* di bagian bawah, memungkinkan tamu lain untuk melihat ucapan yang telah dikirim sebelumnya.

The wireframe is divided into two main sections. The top section, titled "Gift", contains a paragraph of text: "Having your love and presence at our wedding is the most meaningful gift we could ask for. However, if you wish to gift us a celebration gift, you can do so by transferring through our bank account." Below this text are two square placeholders, each with an 'X' inside. The left placeholder is labeled "Groom Name" with subtext "(Bank name)" and "(Account number) [X]". The right placeholder is labeled "Bride Name" with subtext "(Bank name)" and "(Account number) [X]". The bottom section, titled "Thank You", contains the text "Thank you for celebrating our wedding!!".

Gambar 3.47. Wireframe templat *e-invitation dark theme* (*Gift section* dan *closing section*)

Gambar 3.47 menampilkan bagian *Gift section* dan *Closing section* dari *wireframe e-invitation* bertema gelap. Pada *Gift section*, terdapat kalimat pembuka singkat sebagai ucapan terima kasih, diikuti oleh dua kotak *placeholder* yang akan diisi dengan kode QR rekening bank dari mempelai pria dan wanita. Di

bawah masing-masing QR code, tercantum juga nama bank serta nomor rekening, memberikan kebebasan bagi tamu undangan untuk memilih cara pemberian hadiah yang paling nyaman. Setelah *Gift section, e-invitation* ditutup dengan *closing section* yang menyerupai gaya *layout* pada *landing section*, dengan teks besar “*Thank You*” di bagian tengah, disusul oleh teks kecil “*Thank you for celebrating our wedding!!*” sebagai penutup yang hangat dan penuh rasa syukur.

3.3.18 Minggu Ke-18 – Revisi Pada Wireframe Template E-Invitation & Perancangan Moodboard

Setelah menyusun *wireframe* awal, dilakukan revisi berdasarkan masukan dari *VP of Product*, dengan fokus pada alur informasi dan konsistensi desain. Pada minggu yang sama, disusun sebuah *moodboard* sebagai referensi visual untuk mendukung proses desain selanjutnya. *Moodboard* merupakan kumpulan gambar, palet warna, tipografi, serta elemen-elemen desain lain yang menggambarkan suasana dan gaya yang ingin dicapai pada templat *e-invitation* masing-masing. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh elemen desain yang dibuat nanti memiliki konsistensi visual dan mampu menyampaikan tema yang diinginkan secara efektif. *Moodboard* yang telah dibuat tidak memerlukan persetujuan langsung dari atasan, dan berfungsi sebagai panduan internal untuk menjaga kohesi desain. Hasil *moodboard* dapat dilihat pada gambar 3.48.



moodboard ini juga memuat beberapa referensi tipografi yang selaras dengan tema gelap, membantu dalam menentukan gaya huruf yang tepat untuk memperkuat identitas visual produk. Penggunaan *moodboard* ini berfungsi sebagai panduan arah desain agar hasil akhirnya tetap konsisten secara estetika dan emosional.

3.3.19 Minggu Ke-19 – Pengembangan High-Fidelity Prototype E-Invitation Template

Tahap akhir pada minggu ke-19 adalah pembuatan *high-fidelity prototype* versi *mobile* berdasarkan *wireframe* dan *moodboard* yang telah disiapkan. Dalam proses ini, diterapkan elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang mencerminkan karakteristik desain bertema gelap namun tetap selaras dengan identitas merek Minyma. Penyesuaian dan perbaikan terhadap ukuran serta posisi elemen-elemen desain juga dilakukan untuk memastikan estetika yang seimbang dan pengalaman pengguna yang optimal. Hasil akhir dari desain ini dapat dilihat pada gambar 3.49, gambar 3.50, gambar 3.51, gambar 3.52, gambar 3.53, gambar 3.54, dan gambar 3.55.



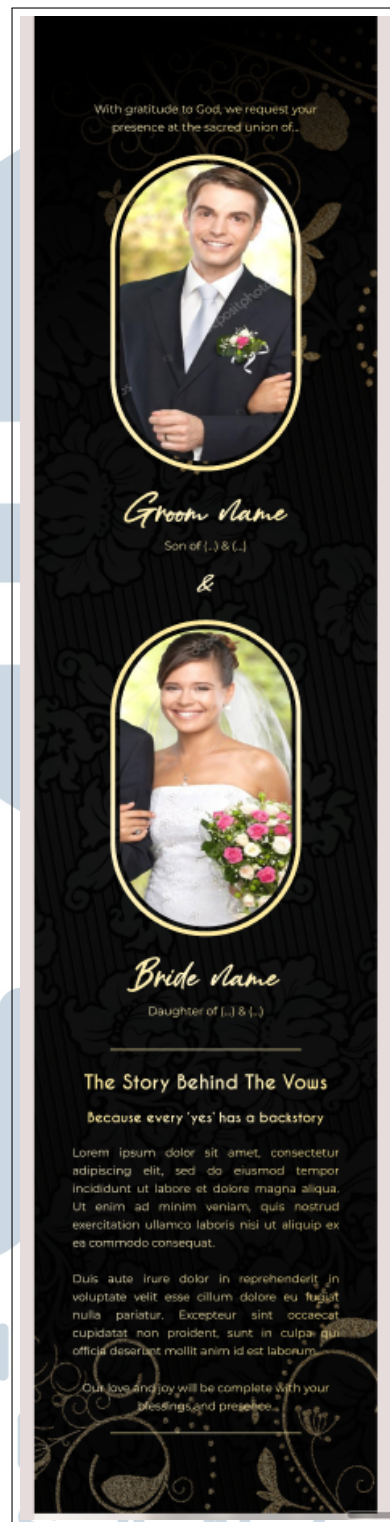


Gambar 3.49. *High-fidelity prototype* templat *e-invitation dark theme* (*Landing section* dan *countdown section*)

Gambar 3.49 menampilkan *high-fidelity prototype* dari bagian *landing section* dan *countdown section* pada *template e-invitation* bertema gelap. Pada tahap ini, tampilan visual telah disempurnakan dengan penggunaan warna emas

pada teks utama dan elemen penghitung waktu (*countdown boxes*), memberikan kesan mewah yang kuat. Teks “*Groom & Bride*” kini menggunakan jenis huruf dekoratif yang lebih mencolok dibandingkan elemen teks lainnya, memperkuat fokus visual di bagian atas halaman. Latar belakang diisi dengan foto pasangan pengantin (sementara masih menggunakan foto stok) dan diberikan *overlay* gelap untuk memastikan keterbacaan teks tetap optimal. Sesuai arahan dari *VP of Product*, elemen “*seconds*” pada countdown telah dihapus agar tampilan lebih minimalis dan elegan.



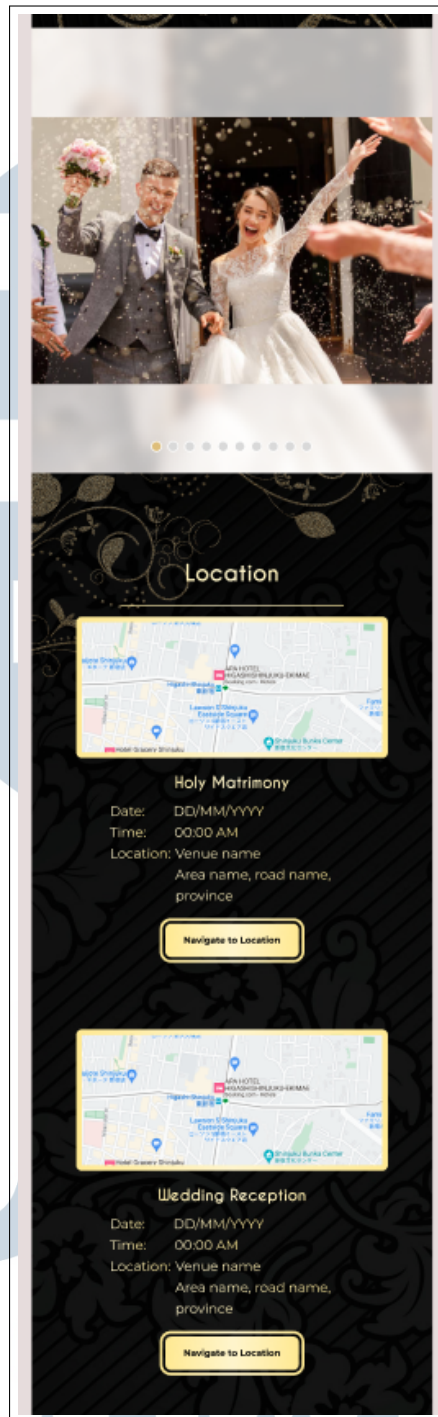


Gambar 3.50. *High-fidelity prototype* templat *e-invitation dark theme* (Groom & Bride section)

Gambar 3.50 memperlihatkan bagian *Groom & Bride section* dari *high-fidelity prototype e-invitation* bertema gelap. Dalam versi ini, foto mempelai

pria dan wanita telah diberikan bingkai berwarna emas dengan bentuk yang disesuaikan untuk menciptakan tampilan yang lebih elegan dan berkelas. Semua elemen teks dalam bagian ini tetap menggunakan warna emas, menjaga konsistensi visual dengan bagian sebelumnya. Latar belakang berwarna hitam diperkaya dengan elemen grafis bertema kemewahan yang halus namun mencolok, berfungsi untuk menambah kedalaman visual dan mencegah kesan kosong pada tampilan. Komposisi keseluruhan dirancang agar tetap berfokus pada pasangan mempelai sambil menyampaikan kesan eksklusif yang ingin ditonjolkan oleh tema desain.

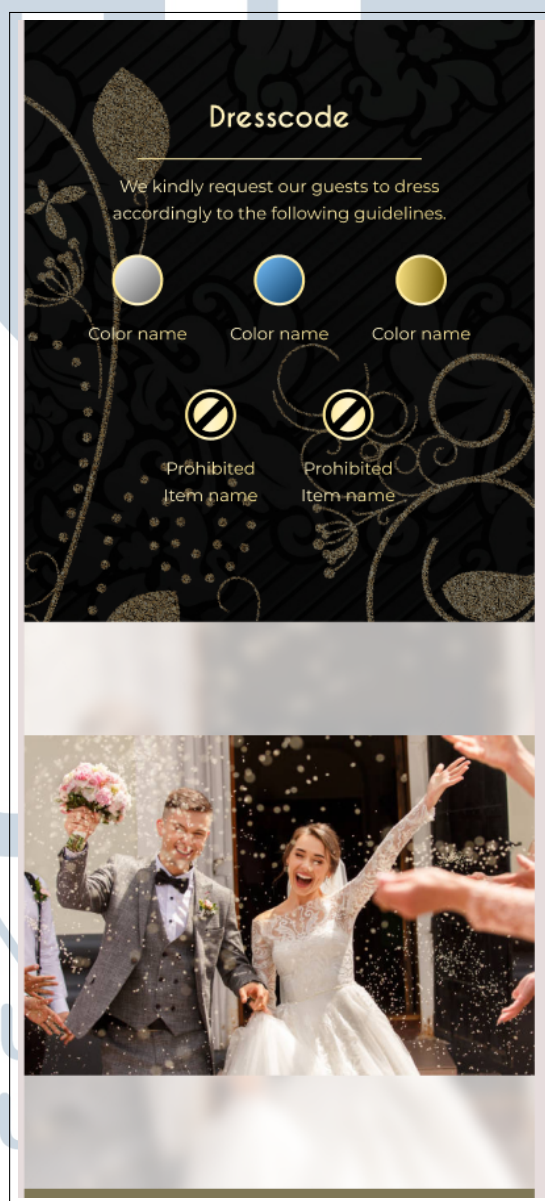




Gambar 3.51. *High-fidelity prototype* templat *e-invitation* dark theme (*Gallery section* dan *location section*)

Gambar 3.51 memperlihatkan bagian *Gallery section* dan *Location section* dari *high-fidelity prototype e-invitation* bertema gelap. Pada bagian galeri, kini ditambahkan indikator halaman (*stepper*) yang menunjukkan jumlah foto yang tersedia, memberikan navigasi yang lebih intuitif bagi pengguna. Untuk foto-

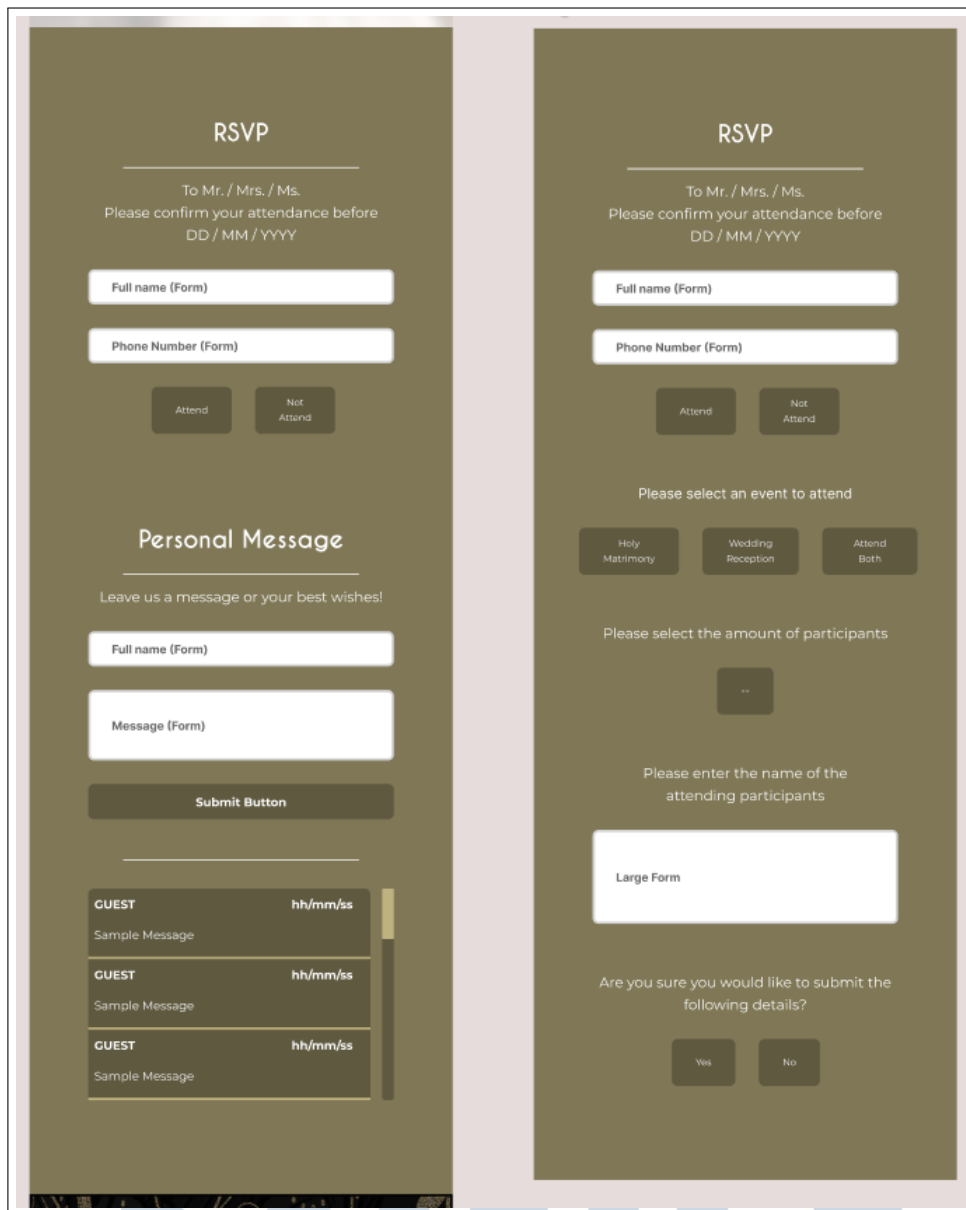
foto yang memiliki rasio tinggi yang lebih pendek, sistem desain mempertahankan rasio aspek aslinya, namun menambahkan siluet buram di bagian atas dan bawah agar galeri tetap memiliki tinggi yang seragam tanpa merusak estetika. Beralih ke *Location section*, gambar lokasi kini menggunakan tangkapan Google Maps sebagai pratinjau, lengkap dengan bingkai emas serupa dengan yang digunakan pada foto mempelai. Semua teks pada bagian ini tetap menggunakan warna emas, dan tombol *hyperlink* untuk membuka lokasi di Google Maps juga dirancang dengan warna emas, menjaga keselarasan visual dan kemewahan tampilan keseluruhan.



Gambar 3.52. *High-fidelity prototype templat e-invitation dark theme (Dresscode section dan second gallery section)*

Gambar 3.52 menampilkan *Dresscode section* dan *second gallery section* dari *high-fidelity prototype e-invitation* bertema gelap. Pada bagian *dresscode*, warna pakaian yang disarankan ditampilkan melalui ilustrasi lingkaran berwarna, di mana tiap lingkaran merepresentasikan warna tertentu seperti biru, krem, atau lainnya. Setiap lingkaran diberikan bingkai emas agar tetap selaras dengan elemen desain lainnya. Untuk warna atau atribut yang dilarang, lingkaran ditandai dengan simbol larangan berwarna hitam, memberikan komunikasi visual yang jelas dan langsung. Di bawahnya, *second gallery section* ditampilkan dengan gaya dan sistem navigasi yang serupa dengan galeri pertama, berfungsi untuk memperkuat momen-momen spesial yang ingin dibagikan oleh mempelai.

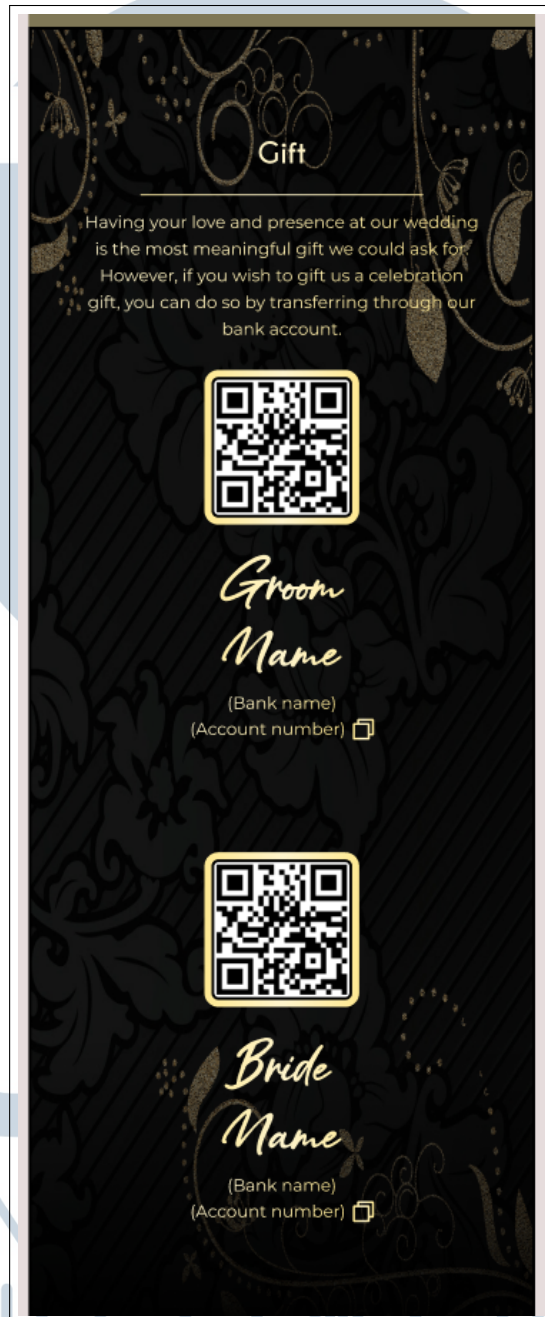




Gambar 3.53. *High-fidelity prototype* templat *e-invitation dark theme* (RSVP section, extended RSVP section, dan personal message section)

Gambar 3.53 menampilkan *RSVP section*, *extended RSVP section*, dan *Personal Message section* dari *high-fidelity prototype* undangan digital bertema gelap. Ketiga bagian ini kini memiliki latar belakang berwarna emas gelap dengan kode warna #7F7756, memberikan nuansa hangat namun tetap elegan, sekaligus membedakannya secara visual dari bagian lain dalam halaman. Tombol-tombol interaktif pada ketiga bagian ini juga telah disesuaikan dengan warna yang lebih gelap dari latar belakang utamanya, yaitu #5F5940, untuk menciptakan kontras yang tetap harmonis dalam palet warna keseluruhan. Penyesuaian warna ini tidak

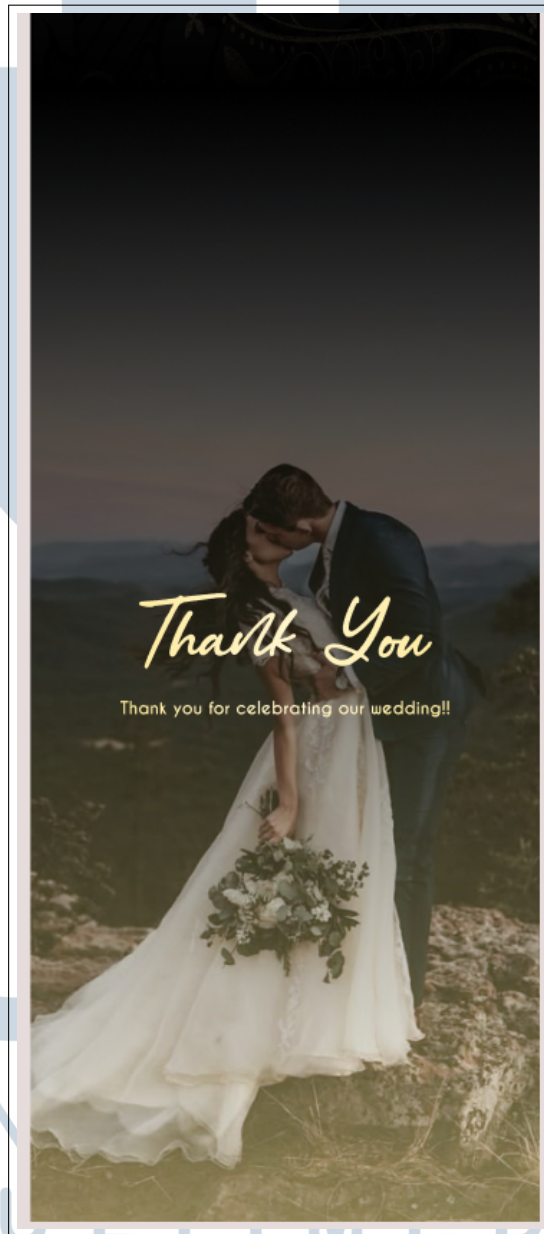
hanya memperindah tampilan, namun juga membantu meningkatkan keterbacaan dan kejelasan fungsi interaktif bagi pengguna.



Gambar 3.54. *High-fidelity prototype templat e-invitation dark theme (Gift section)*

Gambar 3.54 memperlihatkan *Gift section* dari *high-fidelity prototype e-invitation* bertema gelap. Desain pada bagian ini mengikuti gaya visual yang serupa dengan *Groom & Bride section*, di mana dua *QR Code* ditampilkan secara vertikal dengan bingkai emas yang menonjol. Perubahan penempatan menjadi

vertikal ini merupakan arahan dari *VP of Product* agar tata letak tetap sejalan dengan keseluruhan desain halaman dan lebih optimal dalam format *mobile*. Selain itu, seluruh elemen teks pada bagian ini juga menggunakan warna emas, mempertahankan nuansa elegan dan konsisten dengan keseluruhan tema visual.



Gambar 3.55. *High-fidelity prototype* templat *e-invitation dark theme* (Closing section)

Gambar 3.55 menampilkan *Closing section* dari *high-fidelity prototype e-invitation* bertema gelap. Desain bagian ini mempertahankan konsep visual dari *Landing section*, namun dengan penyesuaian arah gradasi latar belakang: gradasi gelap kini berada di bagian atas, sementara gradasi terang diletakkan di bagian

bawah, menciptakan kesan visual yang seimbang namun tetap memikat. Teks ucapan terima kasih di tengah halaman kini menggunakan jenis huruf yang lebih dekoratif, memperkuat kesan formal dan apresiatif terhadap para tamu undangan. Kombinasi elemen ini menjadikan *Closing section* penutup yang elegan dan harmonis dalam keseluruhan alur tampilan undangan digital.

3.4 Kendala dan Solusi yang Ditemukan

Selama menjalani kegiatan magang, terdapat beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran proses pengerjaan proyek. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan aset visual khusus yang dapat digunakan untuk memperkaya tampilan desain. Kondisi ini menuntut pemanfaatan kreativitas dalam menggunakan aset yang tersedia secara daring sebagai solusi, disertai proses *mix-and-match* agar tetap selaras dengan tema atau proyek yang diberikan. Tantangan lainnya adalah munculnya kebuntuan di tengah proses desain. Untuk mengatasinya, dilakukan jeda sejenak guna merefleksikan ide-ide sebelumnya, mengkaji ulang referensi desain, serta berdiskusi dengan rekan satu tim demi memperoleh perspektif baru.

