

**PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE E-COMMERCE*
*CREATIVE GOODS***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Pinkan Marhaeni Panauhe

00000071703

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE E-COMMERCE*
*CREATIVE GOODS***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Pinkan Marhaeni Panauhe

00000071703

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Pinkan Marhaeni Panauhe

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071703

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE E-COMMERCE CREATIVE GOODS*

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Pinkan Marhaeni Panauhe)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Pinkan Marhaeni Panauhe
NIM : 00000071703
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan UI/UX Website E-Commerce
Creative Goods

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui *Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)*
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Januari 2026
Yang Menyatakan,



(Pinkan Marhaeni Panuhe)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE E-COMMERCE CREATIVE GOODS*

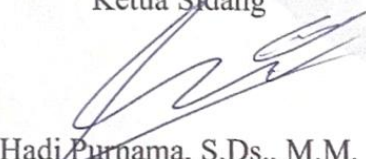
Oleh

Nama Lengkap : Pinkan Marhaeni Panauhe
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071703
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/ 083378

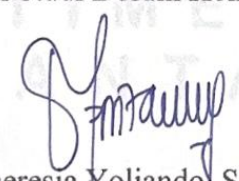
Penguji


Vania Hefina, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

Pembimbing


Rani Aryani Widjono S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Pinkan Marhaeni Panauhe
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071703
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE*
E-COMMERCE CREATIVE GOODS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 Januari 2026

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Pinkan Marhaeni Panauhe)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan UI/UX *Website E-Commerce Creative Goods*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara.

Pemilihan topik ini terinspirasi dari ketertarikan saya terhadap *art market*, ditambah tren *art market* yang semakin pesat di Indonesia. Selain itu, saya merasa bahwa belum banyak penelitian yang membahas seputar *art market* yang memperjual belikan barang-barang kreatif.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Rani Aryani Widjono S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Hadi Purnama, S.Ds., M.M., selaku Ketua Sidang Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
6. Vania Hefira, S.Ds., M.M., selaku Penguji Sidang Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Devy Sagita, selaku narasumber wawancara dari PT Agro Alimentare yang telah memberikan informasi dan wawasan yang berguna bagi penelitian ini.

9. Carelyn, selaku narasumber wawancara dari Kira-Kira *Art market* yang telah memberikan informasi dan wawasan yang berguna bagi penelitian ini.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan saya yang telah menemani, mendukung, dan menyemangati saya selama masa perkuliahan.

Saya berharap penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran serta referensi bagi penelitian lainnya mengenai topik serupa.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Pinkan Marhaeni Panauhe)



PERANCANGAN UI/UX *WEBSITE E-COMMERCE*

CREATIVE GOODS

Pinkan Marhaeni Panauhe

ABSTRAK

Creative Goods merupakan produk dari industri kreatif yang memiliki wujud dan tidak berwujud yang berasal dari aktivitas kreatif, yang ditandai dengan intelektual, inovasi, dan bakat artistik dari manusia yang bersangkutan *Creative goods* seringkali ditemukan di bazar pasar seni atau *art market*. Perkembangan *art market* di Indonesia menjadi cara efektif bagi komunitas seniman lokal untuk berdagang, namun tingginya biaya sewa tenant menjadi hambatan signifikan bagi penjual kreatif baru. Di sisi lain, penggunaan *e-commerce* eksisting seperti Shopee tidak mampu sepenuhnya mendukung kebutuhan penjual kreatif baru karena *range* produk yang terlalu luas serta algoritma yang lebih menguntungkan penjual besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang UI/UX *website e-commerce* yang fokus pada penjualan *creative goods* agar dapat menjadi ruang marketplace *digital* alternatif bagi penjual baru untuk memasarkan karya mereka. Penulis menggunakan metode Design Thinking oleh Kelley dan Brown tahun 2018 yang terdiri dari lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil perancangan meliputi *website e-commerce* dengan visual *lively* identik dengan suasana *art market*. Dengan fitur seperti kolaborasi produk, penjual kreatif dapat memilih untuk berkolaborasi dengan penjual lain dalam satu ruang seperti kolaborasi tenant di *art market* untuk memotong biaya sewa. Fitur seperti *seller tips* dapat mendukung kebutuhan penjual kreatif baru untuk memulai penjualan menggunakan *website Kreativ Mart*. Ditambah dengan media sekunder dibuat untuk kebutuhan promosi berupa instagram feeds, youtube banner ads, pamflet; Serta *merchandise* berupa *sticker*, *keychain*, *pouch*, *lanyard*, dan *mouse pad*.

Kata kunci: *e-commerce*, *creative goods*, penjual kreatif

UI/UX DESIGN OF E-COMMERCE WEBSITE FOR CREATIVE GOODS

Pinkan Marhaeni Panauhe

ABSTRACT (English)

Creative Goods are products of the creative industry that have both tangible and intangible origins from creative activities, characterized by the intellectual, innovative, and artistic talents of the individuals involved. Creative goods are often found in art market bazaars. The development of art markets in Indonesia has become an effective way for local artist communities to trade, but high tenant rental costs are a significant obstacle for new creative sellers. On the other hand, the use of existing e-commerce platforms such as Shopee is unable to fully support the needs of new creative sellers due to the excessively broad product range and algorithms that favor large sellers. Therefore, this study aims to design the UI/UX of an e-commerce website that focuses on selling creative goods to become an alternative digital marketplace space for new sellers to market their works. For this practice, the author uses Design Thinking, a design method by Kelley and Brown in 2018 which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The result includes an e-commerce website with lively visuals identical to the atmosphere of an art market. With features such as product collaboration, creative sellers can choose to collaborate with other sellers in one space such as tenant collaboration at an art market to cut rental costs. Features like seller tips can support new creative sellers' needs to start selling using the Kreartiv Mart website. Additionally, secondary media made for promotional needs include Instagram feeds, YouTube banner ads, pamphlets, and merchandise such as stickers, keychains, pouches, lanyards, and mouse pads.

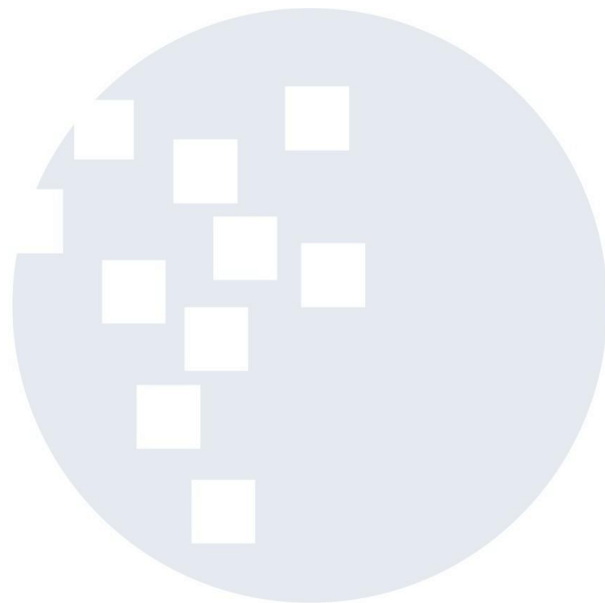
Keywords: *e-commerce, creative goods, creative seller*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Website</i>	5
2.1.1 <i>Website</i> Sebagai Media Interaktif	5
2.2 <i>User Interface (UI)</i>	6
2.2.1 <i>Jenis User Interface</i>	6
2.2.2 <i>Prinsip User Interface (UI)</i>	7
2.2.3 <i>Elemen Graphical User Interface</i>	10
2.3 <i>User Experience (UX)</i>	39
2.3.1 <i>Penerapan 4C pada User Experience (UX)</i>	39
2.4 <i>Fungsi UI/UX</i>	45
2.5 <i>Marketplace</i>	45
2.5.1 <i>Kategori Marketplace</i>	46
2.6 <i>Creative Goods</i>	48
2.6.1 <i>Kategori Creative Goods</i>	48
2.6.2 <i>Peran Platform Digital Pada Penjual Kreatif</i>	52

2.7 <i>Creative Market</i>	53
2.8 Penelitian yang Relevan.....	53
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	56
3.1 Subjek Perancangan	56
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	57
3.2.1 <i>Empathize</i>	58
3.2.2 <i>Define</i>	58
3.2.3 <i>Ideate</i>	59
3.2.4 <i>Prototype</i>	59
3.2.5 <i>Test</i>	59
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	60
3.3.1 Wawancara	60
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	62
3.3.3 Kuesioner	63
3.3.4 Observasi	66
3.3.5 Studi Eksisting	66
3.3.6 Studi Referensi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	67
4.1 Hasil Perancangan	67
4.1.1 <i>Empathize</i>	67
4.1.2 <i>Define</i>	101
4.1.3 <i>Ideate</i>	104
4.1.4 <i>Prototype</i>	132
4.1.5 <i>Test</i>	146
4.1.6 Media Sekunder	155
4.1.7 Kesimpulan Perancangan	164
4.2 Pembahasan Perancangan	165
4.2.2 Analisa Media Utama	171
4.2.3 Analisa Media Sekunder	188
4.2.4 Anggaran	197
BAB V PENUTUP	200
5.1 Simpulan	200

5.2 Saran	200
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN.....	xxv



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	54
Tabel 4.1 Informasi Responden	77
Tabel 4.2 Pengalaman Responden Sebagai Penjual Kreatif	78
Tabel 4.3 Perilaku Responden Berjualan di <i>Art market</i>	79
Tabel 4.4 Hambatan Responden Berjualan di <i>Art market</i>	81
Tabel 4.5 Keminatan Responden Dalam Berjualan <i>Online</i>	83
Tabel 4.6 Tabel SWOT Analisa Shopee	91
Tabel 4.7 Tabel SWOT Analisa Artmarket.id	94
Tabel 4.8 Tabel SWOT Analisa Semasa di Tokopedia	96
Tabel 4.9 Alternatif <i>Big Idea</i>	106
Tabel 4.10 Alternatif <i>Tagline</i>	116
Tabel 4.11 Daftar Komponen <i>Website</i>	128
Tabel 4.12 Tampilan Visual <i>Website</i>	148
Tabel 4.13 Konten <i>Website</i>	149
Tabel 4.14 Interaktivitas <i>Website</i>	150
Tabel 4.15 Saran dari Responden.....	151
Tabel 4.16 Evaluasi Visual Beta Test	166
Tabel 4.17 Evaluasi Navigasi Beta Test	167
Tabel 4.18 Evaluasi Konten Beta Test.....	168
Tabel 4.19 Evaluasi Pengguna Beta Test.....	170
Tabel 4.20 Anggaran.....	198



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Website Marketplace</i>	5
Gambar 2.2 Contoh UI Berbasis CLI.....	7
Gambar 2.3 Contoh UI Berbasis GUI.....	7
Gambar 2.4 Contoh Penerapan <i>Layout</i>	12
Gambar 2.5 Komponen <i>Grid</i>	15
Gambar 2.6 <i>Single Column Grid</i>	15
Gambar 2.7 <i>Two Column Grid</i>	16
Gambar 2.8 <i>Multicolumn Grid</i>	16
Gambar 2.9 <i>Modular Grid</i>	17
Gambar 2.10 <i>Hierarchical Grid</i>	17
Gambar 2.11 <i>Color Wheel</i>	19
Gambar 2.12 Temperatur Warna.....	20
Gambar 2.13 <i>Golden Ratio 60/30/10</i>	22
Gambar 2.14 Pengukuran <i>Typeface</i>	23
Gambar 2.15 Anatomi <i>Typeface</i>	24
Gambar 2.16 Klasifikasi <i>Typeface</i>	26
Gambar 2.17 <i>Level of Detail Icon</i>	28
Gambar 2.18 <i>Fill vs Outline Icon</i>	29
Gambar 2.19 <i>Roundness Icon</i>	29
Gambar 2.20 <i>Button CTA</i>	30
Gambar 2.21 <i>Button Text Link</i>	30
Gambar 2.22 Contoh <i>Card</i>	31
Gambar 2.23 <i>Horizontal Card</i>	32
Gambar 2.24 <i>Vertical Card</i>	32
Gambar 2.25 <i>Stack Card</i>	32
Gambar 2.26 <i>Grid Card</i>	33
Gambar 2.27 Struktur <i>Form</i>	34
Gambar 2.28 Wujud <i>Pop-Up</i>	35
Gambar 2.29 <i>Overlay Foto Dengan Text</i>	36
Gambar 2.30 <i>Masking</i>	36
Gambar 2.31 Ilustrasi	37
Gambar 2.32 Konsistensi Gaya Ilustrasi	37
Gambar 2.33 <i>Low Fidelity Prototype</i>	38
Gambar 2.34 <i>High Fidelity Prototype</i>	39
Gambar 2.35 Contoh <i>User Persona</i>	41
Gambar 2.36 Contoh <i>User Journey Map</i>	42
Gambar 2.37 Contoh <i>Information Architecture</i>	43
Gambar 2.38 <i>Userflow E-Commerce</i>	44
Gambar 2.39 Contoh <i>Horizontal Marketplace</i>	46
Gambar 2.40 Contoh <i>Vertical Marketplace</i>	46

Gambar 2.41 Contoh <i>Global Marketplace</i>	47
Gambar 2.42 Contoh Produk <i>Audiovisual</i> Fisik	49
Gambar 2.43 Contoh Produk Kerajinan Tangan.....	49
Gambar 2.44 Contoh Produk Desain	50
Gambar 2.45 Contoh Produk Penerbitan	50
Gambar 2.46 Contoh Produk Media Baru Fisik	51
Gambar 2.47 Contoh Produk Seni Pertunjukan Fisik	51
Gambar 2.48 Contoh Produk Seni Visual (Helen Mort).....	52
Gambar 2.49 Suasana <i>Creative Market</i>	53
Gambar 4.1 Dokumentasi Wawancara Dengan Krel	68
Gambar 4.2 Dokumentasi Wawancara Dengan Devy.....	71
Gambar 4.3 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i>	74
Gambar 4.4 <i>Customer Journey</i> Interaksi Penjual dan Pembeli di Cocoma 3	87
Gambar 4.5 <i>Customer Journey</i> Interaksi Penjual dan Pembeli di JICAF.....	88
Gambar 4.6 <i>Customer Journey</i> Interaksi <i>Online</i> Penjual Dan Pembeli.....	88
Gambar 4.7 <i>Homepage</i> Shopee.....	90
Gambar 4.8 Halaman Produk Shopee	91
Gambar 4.9 <i>Homepage</i> Artmarket.id	93
Gambar 4.10 Halaman Produk Artmarket.id	94
Gambar 4.11 Promosi Semasa di Tokopedia	95
Gambar 4.12 <i>Homepage</i> Etsy	98
Gambar 4.13 Filter Pencarian Pada Etsy.....	98
Gambar 4.14 Halaman Rekomendasi Produk Pada Etsy	99
Gambar 4.15 Tampilan Toko Shopee <i>Seller</i>	100
Gambar 4.16 Halaman <i>Seller Center</i>	100
Gambar 4.17 <i>User Persona 1</i>	101
Gambar 4.18 <i>User Persona 2</i>	102
Gambar 4.19 <i>User Journey 1</i>	103
Gambar 4.20 <i>User Journey 2</i>	103
Gambar 4.21 <i>Mindmap</i>	105
Gambar 4.22 <i>Moodboard</i>	107
Gambar 4.23 <i>Reference Board</i>	108
Gambar 4.24 <i>Color Palette</i>	109
Gambar 4.25 Komposisi Warna <i>Interface</i>	109
Gambar 4.26 Pemilihan Tipografi	110
Gambar 4.27 <i>Dimensions Of Tone Of Voice</i>	111
Gambar 4.28 Pemilihan Nama <i>Website</i>	112
Gambar 4.29 Eksplorasi Sketsa Logo	113
Gambar 4.30 Eksplorasi Bentuk Dan Warna Logo.....	113
Gambar 4.31 Penetapan Bentuk Logo	114
Gambar 4.32 Finalisasi Logo	115
Gambar 4.33 Aplikasi Warna Pada Logo	115
Gambar 4.34 <i>Information Architecture</i> Kondisi <i>Log Out</i>	117

Gambar 4.35 <i>Information Architecture</i> Akun Pembeli.....	118
Gambar 4.36 <i>Information Architecture</i> Akun Penjual.....	119
Gambar 4.37 <i>Flowchart</i> Kondisi <i>Log Out</i>	120
Gambar 4.38 <i>Flowchart</i> Menggunakan Akun Pembeli	121
Gambar 4.39 <i>Flowchart</i> Menggunakan Akun Penjual	122
Gambar 4.40 Perancangan <i>Icon</i>	125
Gambar 4.41 Makna <i>Icon</i>	126
Gambar 4.42 Contoh Penggunaan <i>Icon</i> Pada Tombol.....	126
Gambar 4.43 Alternatif Ikon Kategori Produk	127
Gambar 4.44 <i>Low Fidelity Column Grid</i>	133
Gambar 4.45 <i>Wireframe</i> Kondisi <i>Log Out</i>	133
Gambar 4.46 <i>Wireframe</i> Pada Akun Pembeli	134
Gambar 4.47 <i>Wireframe</i> Pada Akun Penjual	135
Gambar 4.48 Proses <i>High Fidelity Prototyping</i>	136
Gambar 4.49 <i>High Fidelity Landing Page</i>	137
Gambar 4.50 <i>High Fidelity Category Page</i>	138
Gambar 4.51 <i>High Fidelity Log In/Sign Up Overlay</i>	139
Gambar 4.52 <i>High Fidelity Product Page, Seller Page, dan Shopping Cart</i>	140
Gambar 4.53 <i>High Fidelity Buyer Navigation</i>	141
Gambar 4.54 <i>High Fidelity Buyer Navigation Wireframe</i>	142
Gambar 4.55 <i>High Fidelity Seller Navigation</i>	143
Gambar 4.56 <i>High Fidelity Seller Navigation Wireframe</i>	144
Gambar 4.57 <i>High Fidelity Checkout Process</i>	145
Gambar 4.58 <i>High Fidelity Checkout Process Wireframe</i>	146
Gambar 4.59 Dokumentasi <i>Prototype Day</i>	147
Gambar 4.60 Poster <i>Prototype Day</i>	148
Gambar 4.61 Revisi <i>Seller Tips</i>	152
Gambar 4.62 Revisi Halaman Penambahan Produk	153
Gambar 4.63 Revisi Pada <i>Today's Featured Goods</i>	153
Gambar 4.64 Maskot Arto.....	154
Gambar 4.65 Maskot Rea.....	154
Gambar 4.66 Maskot Palette	155
Gambar 4.67 Perancangan Media Sekunder <i>Instagram Feeds</i>	156
Gambar 4.68 Hasil Media Sekunder <i>Instagram Feeds</i>	157
Gambar 4.69 Perancangan Media Sekunder Pamflet.....	158
Gambar 4.70 Hasil Media Sekunder Pamflet.....	159
Gambar 4.71 Perancangan Media Sekunder <i>Youtube Banner Ads</i>	160
Gambar 4.72 Perancangan Media Sekunder <i>Sticker Sheet</i>	160
Gambar 4.73 Perancangan Media Sekunder <i>Keychain</i>	161
Gambar 4.74 <i>Mockup</i> Media Sekunder <i>Keychain</i>	162
Gambar 4.75 Perancangan Media Sekunder <i>Lanyard</i>	162
Gambar 4.76 <i>Mockup</i> Media Sekunder <i>Lanyar</i>	163
Gambar 4.77 Perancangan Media Sekunder <i>Pouch</i>	163

Gambar 4.78 Perancangan Media Sekunder <i>Mouse Pad</i>	164
Gambar 4.79 Pemilihan Warna <i>Website</i>	171
Gambar 4.80 Penerapan Warna Pada <i>Landing Page</i>	172
Gambar 4.81 Pemilihan Tipografi <i>Website</i>	172
Gambar 4.82 Perancangan <i>Layout Website</i>	173
Gambar 4.83 <i>Character Sheet Maskot</i>	174
Gambar 4.84 Halaman <i>Landing Page</i>	176
Gambar 4.85 Halaman Kategori Produk	177
Gambar 4.86 Halaman Produk	178
Gambar 4.87 Halaman Penjual Dan <i>My Store</i>	179
Gambar 4.88 Halaman <i>About Us</i>	180
Gambar 4.89 Halaman <i>Seller Tips</i>	181
Gambar 4.90 Halaman <i>Seller's Hub</i>	182
Gambar 4.91 Halaman <i>Become A Seller</i>	184
Gambar 4.92 Halaman <i>Checkout/Payment</i>	185
Gambar 4.93 Halaman <i>Edit Profile</i>	187
Gambar 4.94 Halaman <i>Edit Store</i>	187
Gambar 4.95 6 <i>Instagram Feeds</i>	189
Gambar 4.96 <i>Youtube Banner Ads</i>	190
Gambar 4.97 Pamflet	191
Gambar 4.98 <i>Sticker Sheet</i>	193
Gambar 4.99 <i>Keychain</i>	194
Gambar 4.100 <i>Pouch</i>	195
Gambar 4.101 <i>Lanyard</i>	196
Gambar 4.102 <i>Mouse Pad</i>	197



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxv
Lampiran <i>Form</i> Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran Bukti Observasi 1	xxxiii
Lampiran Bukti <i>Beta Test</i>	xxxiii
Lampiran Bukti Observasi 2	xxxiv
Lampiran Bukti Kuesioner	xxxv
Lampiran Bukti Kuesioner <i>Alpha Tetsing</i>	xl
Lampiran Bukti Kuesioner <i>Beta Testing</i>	xlvi
Lampiran <i>Consent Form</i>	li

