



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

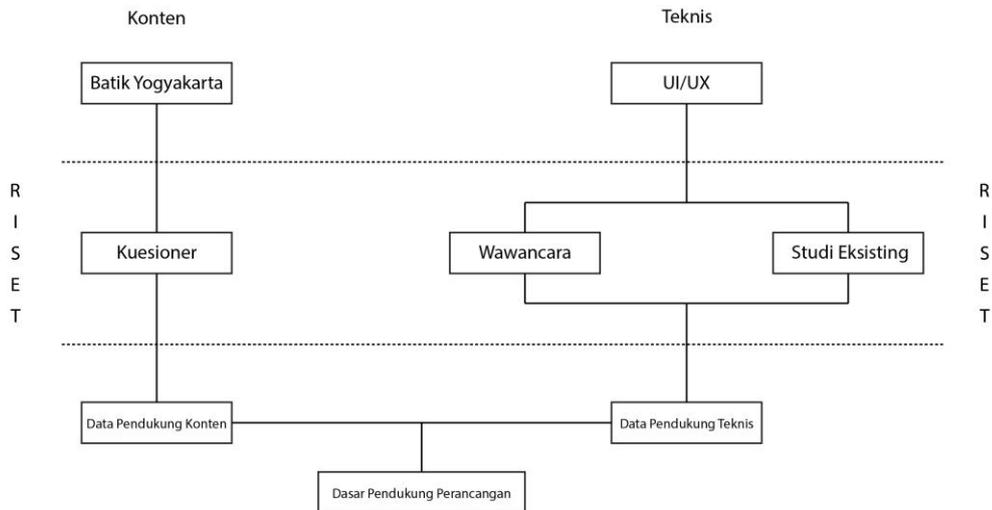
Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI DAN PERANCANGAN

3.1. Gambaran Umum Tugas Akhir/Skripsi



Gambar 3.1. Bagan Pengumpulan Data

Materi yang akan diteliti adalah perancangan *user interface* dan *user experience* dalam *website* yang berkonten batik Yogyakarta. Aspek yang difokuskan dalam perancangan ini adalah kehadiran elemen-elemen *UI/UX* dalam rancangan sebuah *website*. Konten batik Yogyakarta dalam *website* ini bertujuan informatif dan edukatif, dibantu dengan *gimmick* interaktif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner, dan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan studi eksisting.

3.2. Metodologi Penelitian

Dalam meneliti dan mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode penelitian yang cocok dan relevan dengan topik yang penulis angkat. Metode-metode tersebut adalah wawancara, kuesioner dan studi eksisting.

3.2.1. Wawancara

Penulis memilih metode wawancara untuk mengetahui dan memahami pandangan ahli dalam bidang yang penulis rancang, yakni *UI/UX*. Wawancara dilakukan pada hari Kamis, tanggal 14 September 2017, bertempat di kantor PT. Meteor Inovasi Digital, Horizon Broadway M3/7, The Icon BSD City, Tangerang. Wawancara yang dilakukan dari pukul 10.00 hingga pukul 11.30 ini melibatkan Rianty Tara Pratita, *Lead UI/UX Designer* di PT. Meteor Inovasi Digital, selaku narasumber.



Gambar 3.2. Penulis bersama Rianty Tara Pratita

3.2.1.1. Profil Narasumber

Penulis mewawancarai Rianty Tara Pratita, seorang ahli dalam bidang desain UI dan *UX*. Rianty mengenyam pendidikan di Institut Teknologi Harapan Bangsa, Bandung di jurusan Desain Komunikasi Visual pada tahun 2003 hingga tahun 2007. Saat ini beliau adalah *Lead UI/UX Designer* di PT. Meteor Inovasi Digital, sebuah agensi desain yang berfokus pada pengembangan ekonomi digital. Dengan pengalaman lebih dari 10 tahun dalam bidang desain, beliau telah mengerjakan berbagai macam proyek desain dari berbagai perusahaan nasional. Dari berbagai karya dan kualitas yang dimilikinya, ia seringkali dipercaya untuk menjadi *Art Director* di beberapa perusahaan sebelum berada di perusahaan tempatnya bernaung sekarang.

3.2.1.2. Tujuan Wawancara

Mengetahui peran *UI/UX* dalam sebuah desain interaktif, dan juga tips dan trik khusus dalam mendesain *UI/UX* dari seorang praktisi ahli secara langsung.

3.2.1.3. Hasil Wawancara

Dari wawancara yang telah dilakukan, terdapat beberapa poin penting yang penulis dapatkan, berupa:

1. Dalam sebuah desain *UI/UX*, peran *UX* memiliki bobot yang lebih besar daripada *UI*. Hal ini dikarenakan oleh peran *UX* yang tidak hanya berkomunikasi dengan panca indera pengguna, namun juga

berkomunikasi dengan kondisi psikologisnya. Oleh karena itu, dibutuhkan riset yang mendetail untuk memahami pengguna sebaik-baiknya.

2. Dalam mendesain *UI/UX*, seorang desainer harus melakukan riset mendalam mengenai targetnya, yakni pengguna desain interaktif. Riset ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data dari profil umum hingga kebiasaan pengguna dalam kesehariannya. Selangkah lebih maju, riset juga dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pengguna dalam topik yang akan diproses dalam desain.
3. Setelah riset dilakukan dan dirangkum secara matang, proses perancangan dapat dimulai. Dalam membuat sebuah *website*, ada beberapa tahapan awal yang harus dirancang sebelum masuk ke bagian visual. Tahapan-tahapan itu yakni membuat struktur menu, arsitektur informasi, dan *wireframe*.
4. Struktur menu adalah struktur yang menghubungkan berbagai macam pilihan topik dalam sebuah menu.
5. Arsitektur Informasi adalah pemetaan konten-konten informasi yang ada di dalam topik-topik yang telah terhubung dalam struktur menu.
6. *Wireframe* adalah sketsa/rancangan awal visual yang mengakomodasi konsep *layout* dalam desain grafis.
7. Setelah melalui tahapan-tahapan di atas, perancangan visual dapat dilakukan. Untuk perancangan visual, selain *moodboard*, desainer harus memiliki *guideline* tersendiri yang matang. *Guideline* tersebut

mencakup *layout, grid, warna, typography, iconography, logography, branding*, dan lain sebagainya.

3.2.2. Kuesioner

Penulis melakukan beberapa sesi kuesioner untuk mendapatkan data yang relevan untuk digunakan dalam tahap perancangan.

3.2.2.1. Kuesioner Batik #1

Kuesioner mengenai batik yang pertama dibuka dan disebarluaskan secara *online* pada tanggal 28 Agustus 2017, dan ditutup pada tanggal 29 Agustus 2017. Profil responden dalam kuesioner mengenai batik adalah sebagai berikut:

Total Responden : 110 orang

Usia

- | | | |
|----------------|---------|-------------|
| 1. < 18 tahun | : 2.7% | (3 orang) |
| 2. 18-24 tahun | : 95.5% | (105 orang) |
| 3. > 24 tahun | : 1.8% | (2 orang) |

Jenis Kelamin

- | | | |
|--------------|---------|------------|
| 1. Laki-laki | : 44.5% | (49 orang) |
| 2. Perempuan | : 55.5% | (61 orang) |

Profesi

- | | | |
|--------------|---------|-------------|
| 1. Pelajar | : 0.9% | (1 orang) |
| 2. Mahasiswa | : 91.8% | (101 orang) |
| 3. Karyawan | : 1.8% | (2 orang) |

4. Wirausaha : 0.9% (1 orang)

5. Lain-lain : 4.5% (5 orang)

Domisili

1. Tangerang : 70% (77 orang)

2. Jakarta : 10% (11 orang)

3. Lain-lain : 20% (22 orang)

Kuesioner ini memiliki beberapa tujuan, yakni:

1. Mengetahui minat anak muda terhadap budaya batik Nusantara
2. Mengetahui tingkat pemahaman anak muda terhadap batik Nusantara
3. Mengetahui kedalaman pengetahuan anak muda terhadap filosofi batik Nusantara

Hasil kuesioner :

1. Fungsi batik menurut sebagian besar responden adalah sebagai busana resmi.
2. Sebagian besar responden juga diketahui memiliki batik dalam rupa pakaian.
3. Ketertarikan responden terhadap budaya batik di Indonesia mencapai angka 98.2%, yang berarti hampir semua responden tertarik.
4. Sementara itu, tingkat pemahaman responden mengenai batik masih kurang dalam (75.5% mengaku kurang dalam pengetahuan akan batik).

5. Motif batik yang paling familiar bagi sebagian besar responden adalah motif parang dari Yogyakarta.
6. Sebagian besar responden (74.5%) menyatakan mereka tidak mengetahui filosofi di balik motif-motif batik.
7. Sebagian besar responden (80.9%) menyatakan mereka tidak pernah mendengar istilah batik larangan dari Yogyakarta.

3.2.2.2. Kuesioner Batik #2

Kuesioner mengenai batik yang kedua dibuka dan disebarluaskan secara *online* pada tanggal 13 November 2017, dan ditutup pada tanggal 25 November 2017. Profil responden dalam kuesioner mengenai batik adalah sebagai berikut:

Total Responden : 26 orang

Usia

1. < 18 tahun : 3.8% (1 orang)
2. 18-24 tahun : 92.3% (24 orang)
3. > 24 tahun : 3.8% (1 orang)

Jenis Kelamin

1. Laki-laki : 46.2% (12 orang)
2. Perempuan : 53.8% (14 orang)

Profesi

1. Pelajar : 3.8% (1 orang)
2. Mahasiswa : 88.5% (23 orang)

3. Karyawan : 3.8% (1 orang)

4. Wirausaha : 3.8% (1 orang)

Domisili

1. Yogyakarta : 80.8% (21 orang)

2. Lain-lain : 19.2% (5 orang)

Kuesioner ini memiliki beberapa tujuan, yakni:

1. Mengetahui minat anak muda di daerah Yogyakarta terhadap budaya batik Nusantara dan Yogyakarta sendiri.
2. Mengetahui tingkat pemahaman anak muda Yogyakarta terhadap batik Yogyakarta.
3. Mengetahui kedalaman pengetahuan anak muda Yogyakarta terhadap filosofi batik Yogyakarta.
4. Mengetahui keinginan anak muda Yogyakarta saat mengakses *website* mengenai batik.

Hasil kuesioner :

1. Ketertarikan responden terhadap budaya batik di Indonesia mencapai angka 96.2%, yang berarti hampir semua responden tertarik.
2. 53.9% total responden merasa kurang memiliki pengetahuan yang dalam akan motif batik di Indonesia, khususnya di daerah Yogyakarta.
3. Motif batik yang paling familiar bagi sebagian besar responden adalah motif parang dan kawung dari Yogyakarta.

4. Sebagian besar responden (57.7%) menyatakan mereka tidak mengetahui makna di balik motif-motif batik.
5. Sebagian besar responden (57.7%) menyatakan mereka tidak pernah mendengar istilah batik larangan dari Yogyakarta.
6. Sumber informasi mengenai batik diketahui oleh responden yang terbanyak adalah melalui artikel website (50%) dan orang tua (38.5%).
7. Sebagai orang yang mengenal batik, responden mengharapkan *website* bertema batik dapat mengandung unsur informasi makna dan asal usul batik, cara pembuatan, serta harga dan tempat penjualannya.

3.2.3. Studi Existing (Referensi)

Studi eksisting yang peneliti lakukan adalah dengan menganalisa UI/UX dari beberapa *website* yang telah ada.

3.2.3.1. Killing Kennedy

Website ini adalah situs yang bertujuan untuk menyampaikan informasi sejarah, mengenai kasus pembunuhan mantan presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy. *Layout* isi terbagi atas dua kolom utama, yang memisahkan antara sisi pembunuh, Lee Oswald, dan sisi terbunuh, John F. Kennedy. Kekuatan utama dalam *website* ini adalah sistem navigasi berupa *scrolling* yang sederhana, gambar berupa foto dokumentasi sejarah, yang disertai animasi transisi antar halaman. *Flow* dalam *website* ini diatur sedemikian rupa, dengan menggabungkan halaman naratif, halaman video,

dan halaman interaksi. Halaman narasi berisi gambar dan tulisan naratif, sementara halaman video akan memulai sebuah video secara otomatis. Halaman interaksi berisi tombol/ikon khusus, yang apabila ditekan oleh pengguna, akan menampilkan sebuah *pop-up* tertentu seperti gambar, narasi tambahan, video, atau suara.

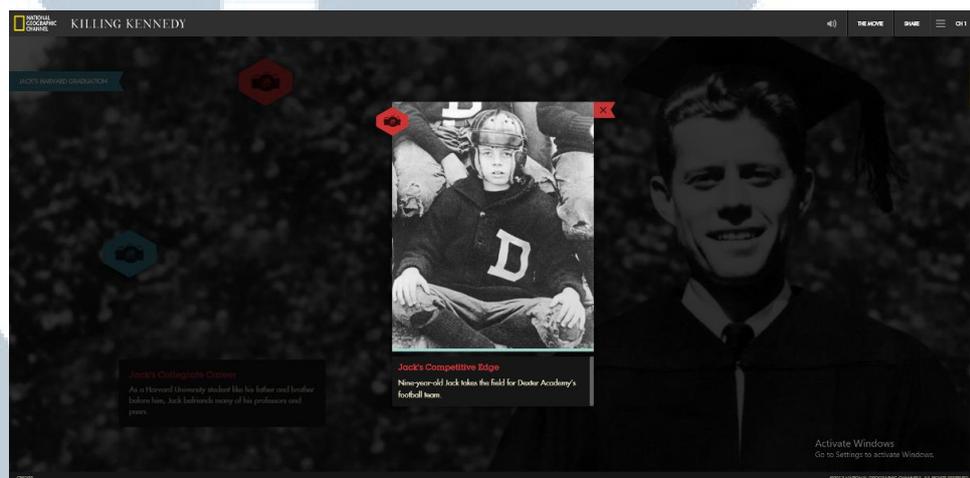


Gambar 3.3. Killing Kennedy homepage
(<http://kennedyandoswald.com>)



Gambar 3.4. Contoh Halaman Interaksi Killing Kennedy
(<http://kennedyandoswald.com>)

Dari sisi *user experience*, relasi konten dan interaktivitas yang dibawakan konsisten dan stabil. Isi konten dan tujuannya jelas, yakni untuk menceritakan ulang kronologi sejarah. Struktur informasi yang ditampilkan rapi dan runtut, mengikuti lintas waktu konten. Navigasi yang dihadirkan sederhana, yakni hanya dengan *scrolling* dan menekan tombol/ikon yang akan memunculkan *lightbox*, yakni *overview* penjelasan informasi laman tersebut. Tampilan tidak memunculkan makna yang ambigu, dalam artian semua elemen visual memiliki peran dan relasi yang jelas.

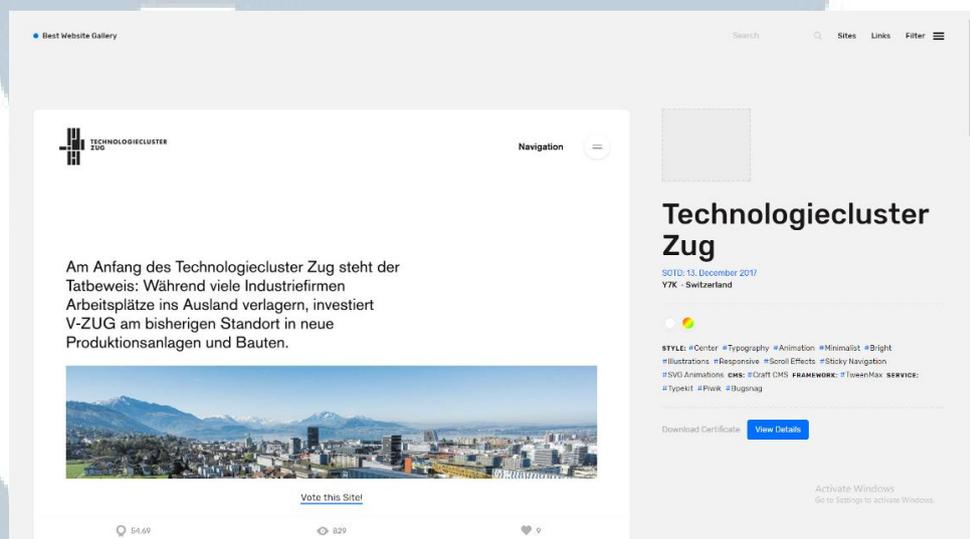


Gambar 3.5. Interaksi *Lightbox* Killing Kennedy
(<http://kennedyandoswald.com>)

3.2.3.2. Best Website Gallery

Best Website Gallery adalah *website* yang mengoleksi desain visual berbagai macam *website* lain dalam bentuk galeri. Penerapan *layout* dan *grid* telah terlihat dengan jelas pada halaman *website* ini. Kekuatan utama dalam *website* ini adalah kesederhanaannya dalam desain yang

memaksimalkan potensi desain layout dan sistem grid, dengan dibantu sedikit *scrolling* dan *hover effect*. Oleh karena itu, kumpulan *frame* desain visual *website* yang tersusun di dalamnya tidak terganggu, sehingga dapat memperlihatkan visualisasi *website* koleksi dengan maksimal. Komposisi secara keseluruhan menampilkan kesan rapi dan bersih, serta visualisasinya navigasinya mudah dipahami dan tidak menimbulkan pesan yang ambigu.



Gambar 3.6. Halaman Awal Best Website Gallery

(<http://www.bestwebsite.gallery/>)

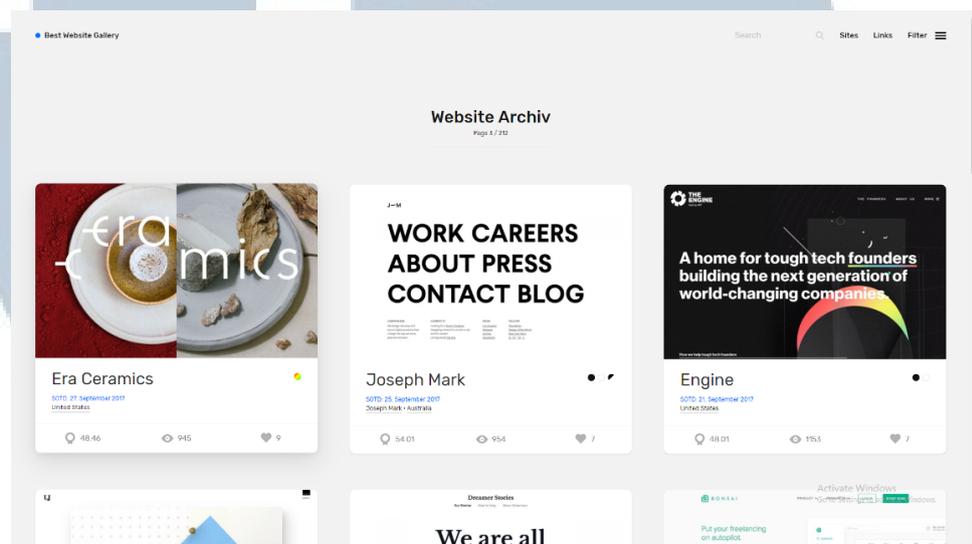
Dari sisi *user experience*, struktur *website* ini rapi dan sederhana.

Pesan yang disampaikan juga jelas dan dibagi-bagi sesuai dengan

klasifikasinya. Penggunaan fitur *hover* juga dimaksimalkan untuk memberi informasi tambahan mengenai ikon-ikon melalui *pop-up textbox* yang akan muncul pada kursor saat melakukan *hover* pada suatu elemen tertentu.

Navigasi yang ada dalam *website* ini hanya mengandalkan sistem *scroll* dan klik, dan pengguna juga dapat langsung mengetahui koleksi informasi

website dengan adanya bar navigasi di bagian atas. Tampilan visual mayoritas menggunakan kartu berisi foto, ilustrasi dan penjelasan singkat website lain, sehingga perbedaannya jelas namun masih terlihat hubungan yang terbangun diantaranya sebagai konten.



Gambar 3.7. Halaman *Archive* Best Website Gallery
(<http://www.bestwebsite.gallery/>)

3.2.3.3. Kratonjogja



Gambar 3.8. Halaman Beranda Kratonjogja.id
(<https://kratonjogja.id>)

Website ini adalah situs yang berisi informasi-informasi serta sejarah mengenai Keraton Yogyakarta. Desain *layout* sederhana, dengan halaman awal yang menampilkan artikel terbaru mengenai Keraton Yogyakarta ataupun anggota keluarga kerajaan. Kekuatan utama dalam *website* ini adalah konsistensi konten dan gaya visual yang memaknai Keraton Yogyakarta. *Mood* warna yang dibangun, serta ornamen yang hadir dapat memberikan kesan Keraton Yogyakarta secara sederhana. Penggunaan jenis *font* juga memiliki keselarasan dan tidak mengganggu elemen lain dalam *website* ini.



Gambar 3.9. Halaman Tata Rakiting Wewangunan Kratonjogja.id
(<https://kratonjogja.id/tata-rakiting-wewangunan>)

Website ini memiliki struktur yang sederhana dan cenderung monoton. Namun, informasi yang disampaikan jelas dan dipetakan dengan baik melalui arsitektur informasinya. Navigasi mengandalkan fitur klik dan *scroll*, yang memperkenankan pengguna untuk mengakses informasi

dengan cepat dan sederhana. Konten yang hadir memiliki penggabungan antara gambar/foto dengan penjelasan yang berupa tulisan, sehingga pengguna dapat memahami informasi dengan lebih jelas. Secara keseluruhan, tampilan dan pengalaman yang dibawa oleh *website* ini sederhana namun informatif.



Gambar 3.10. Halaman Cikal Bakal Kratonjogja.id
(<https://kratonjogja.id/cikal-bakal>)

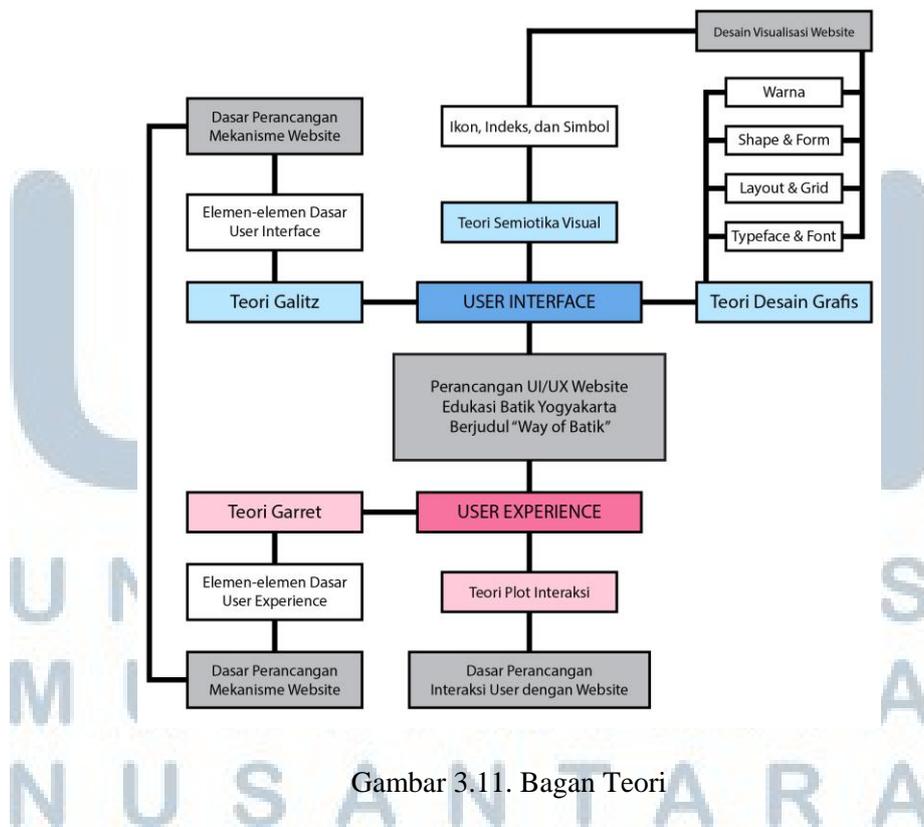
Tabel 3.1. Studi Eksisting

No.	Referensi Website	Hasil
1	http://kennedyandoswald.com/	<p>Navigasi menggunakan sistem <i>single web page</i>, konsep <i>parallax scrolling</i> pada sebuah laman <i>web</i>, yang didukung dengan adanya <i>scroll bar</i> untuk menunjukkan <i>progress</i> pengguna dalam mengarungi laman <i>website</i> tersebut.</p> <p>Dalam sisi <i>interface</i>, website ini memiliki</p>

		<p><i>navigation bar</i> di bagian atas <i>website</i> dan <i>scroll bar</i> di sisi kanan.</p> <p>Memiliki input control berupa <i>point & click</i> dan <i>scrolling</i>.</p> <p>Animasi dalam dalam <i>website</i> ini menggunakan <i>parallax background</i> yang ikut bergerak saat kursor <i>mouse</i> digerakkan, efek transisi gambar, serta <i>pop-up</i> dan <i>lightbox</i>.</p>
2	<p>http://www.bestwebsite.gallery</p>	<p>Navigasi menggunakan sistem <i>multiple web page</i>, konsep <i>scrolling</i> pada sebuah laman <i>web</i>, didukung dengan desain <i>grid</i> dengan konten berupa kartu-kartu informasi dalam laman web.</p> <p>Dalam sisi <i>interface</i>, <i>website</i> ini memiliki <i>navigation bar</i>, dan menyertakan fitur-fitur sederhana seperti <i>hover</i> dan <i>pop-up</i> yang dimaksimalkan penggunaannya demi tampilan perdana yang bersih.</p> <p>Memiliki input control berupa <i>point & click</i>, <i>scrolling</i>, dan <i>hovering</i>.</p> <p>Animasi dalam dalam <i>website</i> ini menggunakan efek transisi gambar, <i>pop-up</i>, dan <i>hover</i>.</p>

3	http://kratonjogja.id/	<p>Navigasi menggunakan sistem <i>multiple web page</i>, konsep <i>scrolling</i> pada sebuah laman <i>web</i>.</p> <p>Dalam sisi <i>interface</i>, website ini memiliki <i>navigation bar</i> dengan <i>dropdown menu</i>.</p> <p>Memiliki input control berupa <i>point & click</i>, dan <i>scrolling</i>.</p> <p>Animasi dalam dalam <i>website</i> ini menggunakan efek transisi gambar, <i>pop-up</i>, dan <i>hover</i>.</p>
---	---	--

3.3. Metodologi Perancangan



Gambar 3.11. Bagan Teori

Website “Way of Batik” menitikberatkan peran *UX* sebagai bagian penting dalam menjaga ketertarikan pengguna untuk mengarungi *website*. Kelengkapan ornamen *UX* dimatangkan oleh teori Garret mengenai elemen-elemen dasar *UX*. Teori plot interaksi digunakan untuk menentukan struktur dan pemetaan *website*. Setelah itu, dibuatlah arsitektur informasi untuk memperjelas hirarki informasi dalam *website*. Maka dari itu, pengguna dapat mengetahui apa yang dapat dan tidak dapat mereka lakukan.

Keseimbangan peran *UI* dan *UX* akan menunjang fungsi *website*. Peran *UI* dalam *website* adalah sebagai pendukung *UX* dalam bidang navigasi dan visualisasi. Oleh karena itu, teori Galitz mengenai elemen-elemen dasar *UI* membantu mematangkan navigasi *UI* dalam *website* ini. Sementara itu, dari sisi visual penulis menggunakan teori semiotika visual sebagai dasar pemahaman ikon, indeks dan simbol. Teori desain umum seperti warna, rupa, *layout*, *grid*, dan huruf menjadi dasar untuk merancang komposisi visual *website*.

3.3.1. Metode Perancangan

Dalam menyatukan peran *UI* dan *UX*, penulis merancang *website* “Way of Batik”, penulis menggunakan proses perancangan *design thinking* yang terdiri dari lima tahapan utama. Yang pertama adalah *emphatize*, yakni proses memahami masalah dan tantangan secara mendalam. Kedua adalah *define*, yakni menentukan dengan jelas masalah yang ingin dipecahkan. Ketiga adalah tahap *ideation*, yakni tahap mengulik potensi-potensi pemecahan masalah yang ada, yang kemudian dipilih dan dikembangkan untuk memecahkan masalah. Selanjutnya ada tahap *prototype*, yakni aplikasi konsep yang berpotensi untuk memecahkan masalah menjadi

sebuah produk yang dapat digunakan. Terakhir adalah tahap *test*, yakni tahap produk pemecahan masalah disalurkan langsung ke pengguna untuk dicoba dan diamati kesesuaiannya sebagai solusi atas masalah tersebut. Secara umum, seluruh proses tersebut saling berkaitan dan berlangsung dalam sebuah lingkaran, sehingga terjadi pematangan hasil akhir yang solutif dan aplikatif.

3.3.2. Konsep

Perancangan *website* ini bertujuan sebagai media informasi yang edukatif. *Website* ini mengusung tema batik dalam visualisasinya. Pemilihan tema batik dalam visualisasi didasari oleh keterkaitannya dengan konten. Hal ini dilakukan agar terjadi kesinambungan antara tema *website* dengan konten yang disalurkan.

3.3.3. Fitur Interaktif

Dalam *website* “Way of Batik”, fitur interaksi yang dominan adalah *click* atau menekan tombol tertentu. Ada tiga jenis aksi yang dapat diperoleh dari fitur interaktif ini. Yang pertama adalah beralih halaman, yakni dengan menekan sebuah tombol tertentu, pengguna dapat beralih ke halaman lain yang terhubung dengan tombol tersebut. Aksi kedua yang dapat diperoleh dengan menekan tombol adalah berpindah posisi. Dalam sebuah halaman, ada beberapa bagian (*section*), dan dengan menekan tombol tertentu, pengguna dapat berpindah bagian dari bagian satu ke bagian lain dalam satu halaman. Terakhir adalah informasi pop-up (*lightbox*), yang menampilkan *lightbox* berupa informasi mengenai tombol/gambar yang ditekan.

3.4. Proses Perancangan

Emphatize atau berempati pada masalah, adalah tahapan awal dalam proses *design thinking* untuk benar-benar mendalami masalah yang akan dirancang solusinya melalui proses desain. Dalam mendalami dan memahami masalah, penulis melakukan riset berupa membaca artikel-artikel terkait, menyebarkan kuesioner dan melakukan observasi lapangan. Dari beberapa artikel, terdapat informasi bahwa batik sedang berkembang penyebarannya maupun pelestariannya di kalangan anak muda. Namun, data yang penulis dapatkan dari kuesioner, menyatakan bahwa pemaknaan filosofis batik tidak ikut dilestarikan. Hal ini terlihat dari minimnya responden yang mengetahui dan memahami makna motif-motif batik tertentu.

Dari proses memahami masalah tersebut, penulis menyimpulkan (*define*) masalah inti, yakni proses pelestarian batik yang tidak dibarengi makna filosofisnya. Proses pelestarian batik yang tidak disertai makna menjadi masalah yang memiliki perbedaan unsur internal, yakni fisik batik (kain, pakaian dan benda-benda lain) dan makna (sejarah, simbolisme dan cerita) batik. Penyebaran fisik batik menggunakan waktu yang relatif singkat, karena interaksi penyebaran tertinggi fisik batik merupakan interaksi jual beli di kalangan masyarakat di Yogyakarta, berkaitan dengan unsur wisata di sana. Fisik batik yang dijual pun beragam, dari kain tradisional hingga busana dan pernak-pernik, sehingga konsumen cenderung hanya membeli fungsi sekaligus rupanya, bukan maknanya. Sementara itu, makna batik memerlukan proses yang relatif lama karena terjadi penceritaan ulang akan sejarah, latar belakang yang berbeda-beda, dari berbagai

macam makna yang menghidupi motif-motif tertentu. Oleh karena itu, sebuah hal untuk mengakomodasi relasi antara unsur fisik dan makna tersebut diperlukan, dan media yang penulis gunakan sebagai wadah informasinya adalah *website*.

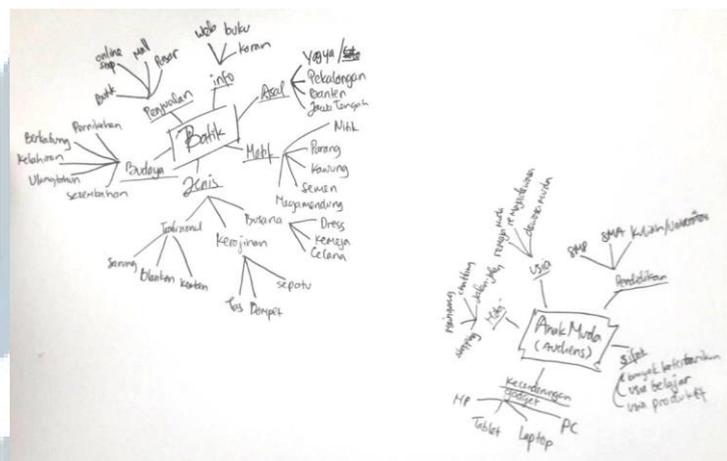
3.4.1. Perancangan *Demo*

Penulis melanjutkan proses *design thinking* berupa ideasi, *prototype*, dan *test* pada tahap perancangan demo. Perancangan demo adalah perancangan *website* versi awal untuk diuji coba.

3.4.1.1. Ideasi Konsep

Proses ideasi adalah proses yang dilakukan untuk memunculkan ide-ide perancangan. Pada perancangan ini, penulis menggunakan tahapan *mindmap*, *brainstorming* serta penyusunan arsitektur informasi.

1. *Mindmap*



Gambar 3.12. Mindmap

Proses ideasi penulis dimulai dengan melakukan riset sederhana untuk mencari korelasi antara masalah inti dengan audiens yang dituju. Dalam hal ini penulis menggunakan metode *mindmap* sebagai permulaan, untuk

mengetahui poin-poin di antara masalah inti dengan audiens yang dapat disatukan dan digunakan sebagai dasar perancangan.

2. *Brainstorming*

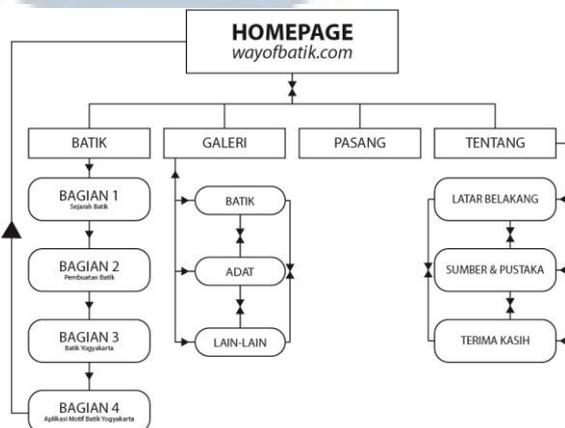
Setelah menemukan poin-poin yang saling bersinergi antara masalah inti dengan audiens, penulis melakukan *brainstorming*. Proses ini dilakukan untuk menentukan bentuk pemecahan masalah apa yang cocok untuk digunakan. Dalam hal ini, *brainstorming* dilakukan dengan menyalurkan batasan masalah pada poin-poin tersebut sehingga produk akhir yang dihasilkan spesifik. Oleh karena itu, penulis memilih wujud *website* sebagai media terbaik untuk menyalurkan informasi mengenai makna dan filosofi batik Yogyakarta.

Pemilihan *website* sebagai produk dipertimbangkan dengan membandingkannya dengan produk aplikasi dan permainan digital. Mengangkat tujuan perancangan yakni merancang produk yang informatif dan edukatif, *website* memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh aplikasi/permainan digital. Kelebihan tersebut adalah informasi dan edukasi dapat diakses oleh pengguna dengan mudah. Kecenderungan pengguna gawai dalam mencari informasi melalui mesin pencari, menjadi salah satu faktor pendukung, karena konten dalam *website* dapat tampil dengan bebas dalam mesin pencari. Hal berbeda dialami oleh aplikasi/permainan digital karena konten di dalamnya eksklusif, atau tidak bisa diakses oleh orang yang tidak/belum mengunduh dan melakukan instalasi.

Tabel 3.2. Perbandingan *Website* dengan Aplikasi

<i>Website</i>	Aplikasi/Permainan Digital
Berbasis <i>web</i> , sehingga dapat diakses melalui berbagai perangkat dengan mudah selama ada akses internet.	Memerlukan instalasi ke perangkat terkait.
Tidak memerlukan kapasitas penyimpanan data perangkat.	Menggunakan kapasitas penyimpanan data perangkat.
Konten dapat ditemukan dalam mesin pencari.	Konten eksklusif bagi pengguna yang memiliki aplikasi.

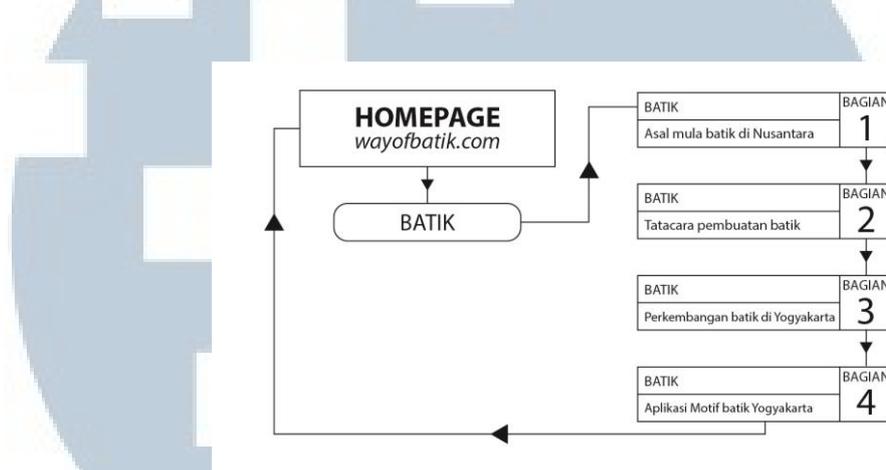
3. Arsitektur Informasi



Gambar 3.13. Arsitektur Informasi Utama Versi *Demo*

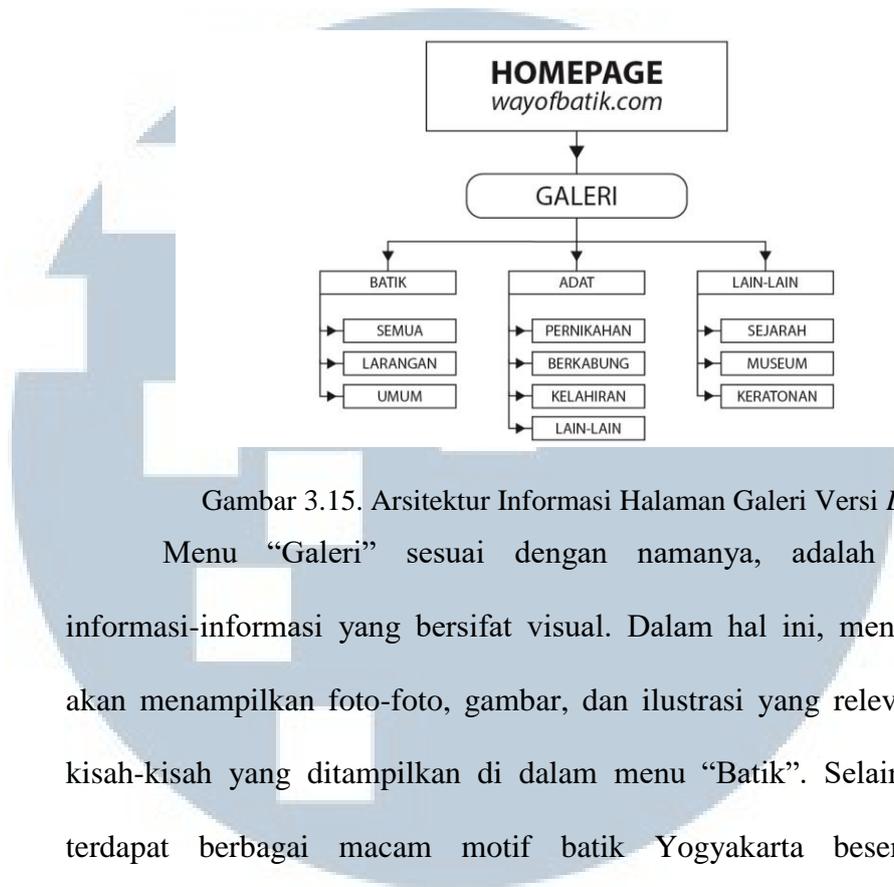
Konten-konten yang telah ditentukan disusun dalam sebuah arsitektur informasi berupa bagan, yang menjadi pemetaan *demo website* “Way of Batik”. Secara garis besar, informasi di dalam *website* terbagi dalam empat kategori besar yang sekaligus menjadi menu utama. Menu ini akan berupa tombol yang langsung memindahkan tampilan ke halaman yang dipilih

oleh pengguna. Setiap menu utama memiliki peran masing-masing. Keempat menu tersebut adalah “Batik”, “Galeri”, “Pasang”, dan “Tentang”.



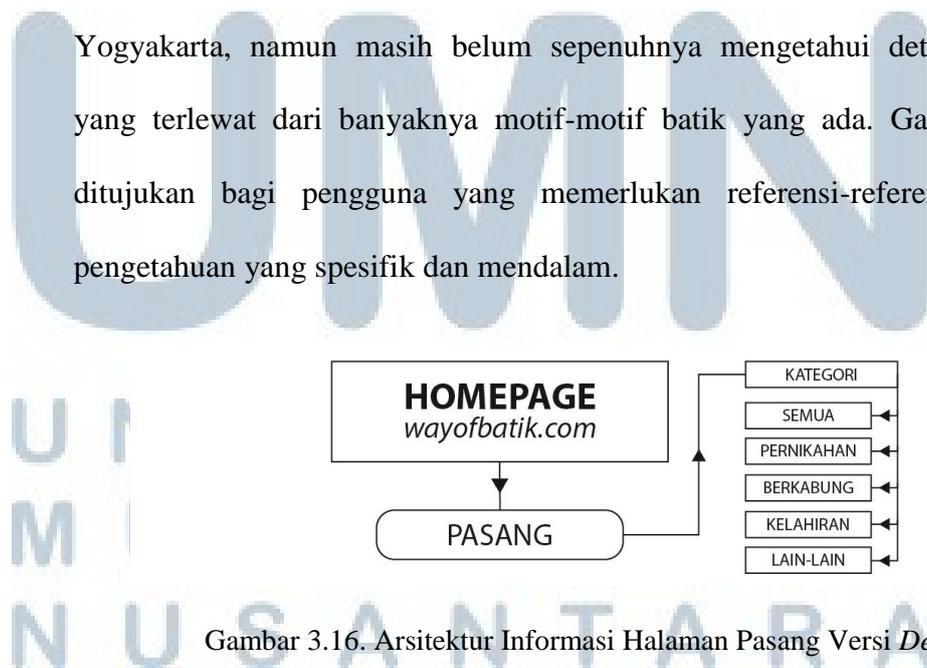
Gambar 3.14. Arsitektur Informasi Halaman Batik Versi *Demo*

Menu utama “Batik” adalah pusat informasi *website* ini. Menu ini berisi penceritaan atas topik-topik yang dibahas untuk memberi informasi edukasi. Topik-topik tersebut mencakup sejarah batik, Keraton Yogyakarta, hingga kegiatan adat yang dihiasi oleh kain bermotif batik Yogyakarta. Untuk memberi kesan interaktif dan menarik perhatian pengguna, tampil fitur-fitur interaktif yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Di dalam fitur-fitur interaktif ini, terdapat informasi-informasi tambahan yang unik dan memperjelas narasi dalam penceritaan kisah yang disampaikan. Informasi-informasi unik tersebut berupa tulisan fakta menarik, serta foto atau ilustrasi.



Gambar 3.15. Arsitektur Informasi Halaman Galeri Versi *Demo*

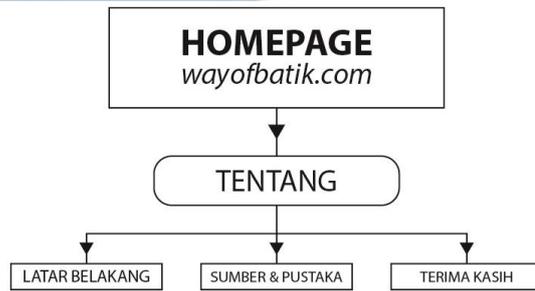
Menu “Galeri” sesuai dengan namanya, adalah kumpulan informasi-informasi yang bersifat visual. Dalam hal ini, menu “Galeri” akan menampilkan foto-foto, gambar, dan ilustrasi yang relevan dengan kisah-kisah yang ditampilkan di dalam menu “Batik”. Selain itu, juga terdapat berbagai macam motif batik Yogyakarta beserta teknik pembuatannya, dan filosofi yang terkandung di dalamnya. Galeri ini ditujukan untuk pengguna yang telah memahami sejarah dan filosofi batik Yogyakarta, namun masih belum sepenuhnya mengetahui detail-detail yang terlewat dari banyaknya motif-motif batik yang ada. Galeri juga ditujukan bagi pengguna yang memerlukan referensi-referensi atau pengetahuan yang spesifik dan mendalam.



Gambar 3.16. Arsitektur Informasi Halaman Pasang Versi *Demo*

Selanjutnya adalah menu utama berjudul “Pasang”. Dalam menu utama ini, akan ditampilkan sebuah *interface* pemilihan motif. Kumpulan motif-motif tersebut, apabila dipilih akan menampilkan ilustrasi penggunaannya sebagai busana. Tujuan utamanya adalah memberi informasi mengenai kecocokan penggunaan motif-motif batik pada suatu kesempatan tertentu seperti pernikahan, atau pemakaman. Ada pula informasi mengenai pasar/butik/toko batik tertentu untuk melakukan pembelian batik yang bersangkutan. Hal ini menjadi salah satu *gimmick* sederhana dan menarik yang dirancang untuk menyalurkan informasi edukatif mengenai makna filosofi motif batik Yogyakarta.

Menu utama yang terakhir adalah “Tentang”, yang berisi informasi-informasi terkait latar belakang pembuatan *website* serta sumber informasi (konten). Menu ini unik karena berbeda dari menu-menu sebelumnya yang memiliki satu tujuan yang sama, yakni menginformasikan filosofi batik Yogyakarta. Di dalam menu ini, terdapat informasi latar belakang pembuatan karya *website*, yang menjadi pendorong penulis dan desainer untuk merancang *website* “Way of Batik”. Setelah itu, ada bagian sumber yang berisi tentang sumber-sumber dari konten yang ditampilkan dalam *website*, berupa buku, jurnal, serta narasumber yang kredibel. Ada pula bagian khusus untuk mengapresiasi dan berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta mendukung proses perancangan *website* yang dilakukan oleh penulis dan desainer.



Gambar 3.17. Arsitektur Informasi Halaman Tentang Versi *Demo*

3.4.1.2. Pembuatan *Prototype*

Dalam tahap pembuatan *prototype*, tahapan-tahapan yang dilakukan, antara lain adalah penentuan konten, perancangan *wireframe*, pembuatan aset, dan penggabungan seluruhnya dalam finalisasi.

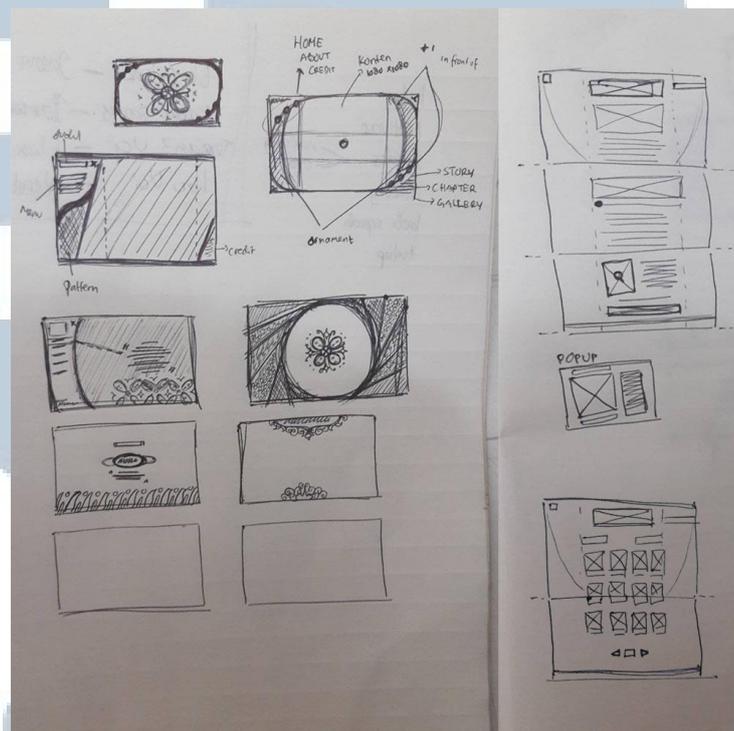
1. Konten

Penulis menentukan konten-konten informatif, edukatif, dan menarik mengenai makna dan filosofi motif-motif batik Yogyakarta, untuk disalurkan kepada pengguna. Konten-konten yang hadir dalam *website* “Way of Batik” terdiri dari beberapa klasifikasi, yakni sejarah, pembuatan batik, makna dan filosofi motif batik, serta sumber informasi itu sendiri. Selain berupa tulisan, konten yang disediakan juga berupa gambar/foto.

2. *Wireframe*

Setelah pemetaan arsitektur informasi selesai dan matang, perancangan *wireframe* atau tampilan umum *website* dilakukan. Perancangan ini dilakukan untuk menyalurkan unsur-unsur *UX* dan *UI*, yang membantu proses interaksi antara informasi dengan pengguna. Pembuatan *wireframe*

dilakukan melalui proses sketsa, untuk menentukan peletakan segala aset, konten, serta elemen *UI/UX* yang terlihat. Umumnya *wireframe* dibuat secara sederhana yakni menggunakan elemen garis dan rupa dasar, dan ditambahkan teks untuk memperjelas informasi.



Gambar 3.18. Sketsa *Wireframe*

Dalam perancangan *demo website*, penulis membagi perancangan *wireframe* ke dalam lima bagian. Yang pertama adalah bagian halaman utama, yakni halaman yang menampilkan seluruh menu utama. Yang kedua, adalah bagian halaman batik, yakni dengan merancang *template wireframe* informasi untuk keseluruhan bagian dalam halaman tersebut. Ketiga adalah galeri, yakni perancangan *wireframe* untuk memuat kumpulan foto/ilustrasi terkait dengan konten batik. Keempat, adalah *wireframe* dari halaman pasang. Terakhir adalah halaman tentang, yang

memuat informasi mengenai latar belakang perancangan dan sumber informasi.

3. Aset Umum

Selesaiannya perancangan *wireframe* diikuti oleh pembuatan aset pengisi *wireframe* tersebut. Aset-aset yang dimaksud berupa aset visual yakni tombol, foto/ilustrasi, dan ornament informasi lainnya. Pembuatan aset ini dilakukan dengan mempertimbangkan dasar penggunaan warna, tipografi, dan komposisi terlebih dahulu. Tahapan yang dilakukan yakni pembuatan *moodboard*, penentuan jenis *font* (tipografi), sketsa, diikuti dengan proses digitalisasi. Hasil dari proses digitalisasi inilah yang akan disatukan melalui tahap finalisasi.



Gambar 3.19. *Moodboard* Batik Yogyakarta

Moodboard yang digunakan dalam perancangan visual *website* “Way of Batik” terdiri dari kolase motif-motif batik yang berasal dari Yogyakarta. mposisi warna yang hadir dalam *moodboard* ini akan menjadi acuan dalam perancangan warna *website* secara keseluruhan. Oleh karena

itu, konsistensi dalam penggunaan warna akan berpedoman dari palet warna yang tercipta dari *moodboard* batik Yogyakarta. Dominansi warna terletak pada warna kecokelatan, yang memberi kesan tua dan nostalgis, namun dapat diterjemahkan menjadi elegan/royal dengan aksent keemasan.

Parang Typeface

by Roy Bayu Putra

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii

Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr

Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

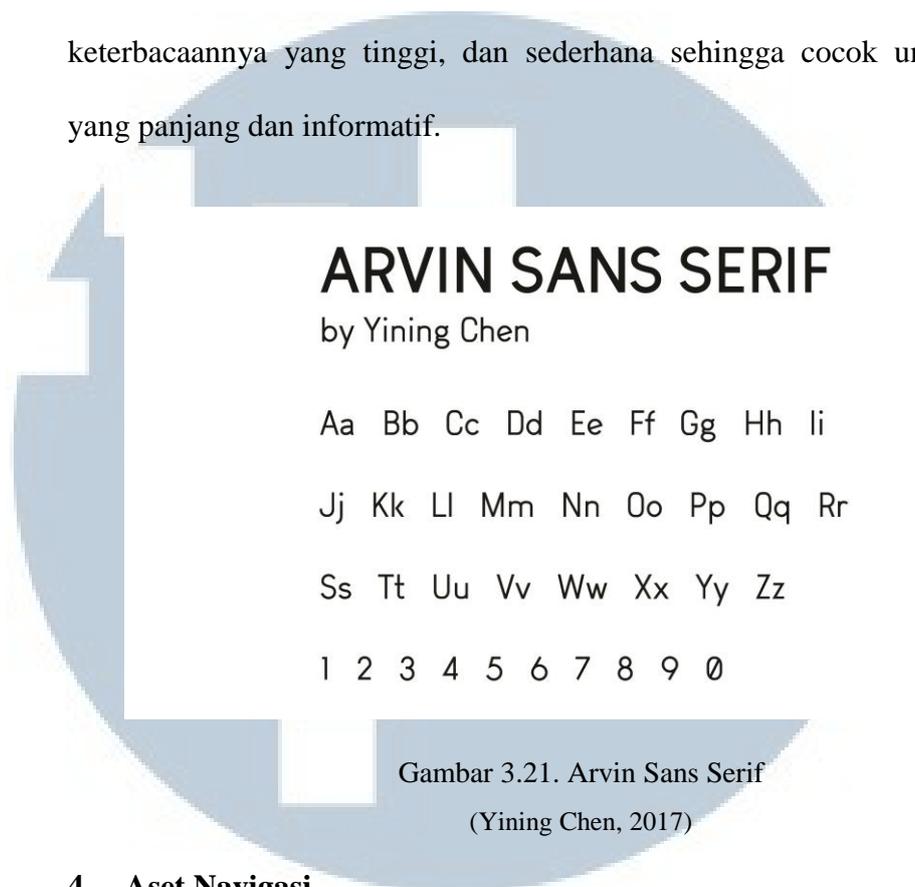
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 3.20. Parang Typeface

(Roy Bayu Putra, 2017)

Rancangan *website* “Way of Batik” versi *demo* menggunakan dua jenis tulisan (*font*) utama. Penggunaan *font* tersebut dipisahkan menjadi dua bagian, yakni *font* untuk penulisan judul dan *font* untuk *bodytext*. Untuk penulisan judul, digunakan *font* bernama “Parang Typeface” yang memiliki ciri khas unik dan merepresentasikan motif parang dalam batik. Font ini juga digunakan untuk judul/nama *website* dalam logo utama *website*. Untuk *bodytext*, digunakan font bernama “Arvin Sans Serif”. Sesuai namanya, *font* berjenis sans serif ini dipilih karena tingkat

keterbacaannya yang tinggi, dan sederhana sehingga cocok untuk teks yang panjang dan informatif.



Gambar 3.21. Arvin Sans Serif
(Yining Chen, 2017)

4. Aset Navigasi



Gambar 3.22. Ikon Utama *Website Demo*

Perancangan aset visual yang utama dalam korelasinya dengan UI *website demo* melingkupi perancangan aset ikon navigasi. Setiap ikon dibuat berdasarkan hal terdekat dengan tujuan dari ikon tersebut. Pada menu batik menggunakan motif parang yang disederhanakan, dan galeri menggunakan dua tumpukan *frame* gambar. Ikon pasang melambangkan pakaian yang

menandakan ada unsur *fashion*, dan tentang menggunakan rupa matahari sebagai lambang latar belakang yang hadir dalam perancangan *website*.

5. Finalisasi

Finalisasi adalah proses menyatukan aset-aset terhadap *wireframe* yang telah dirancang beserta segala interaktivitas yang ada di dalamnya. Dalam hal pembuatan *website* “Way of Batik”, aset-aset yang telah dibuat disusun sesuai dengan *wireframe* yang telah dirancang dalam sebuah proses penyatuan (*compile*) melalui aplikasi lain menjadi sebuah produk yang dapat digunakan. Dalam hal ini, penulis menggunakan *software* Adobe Dreamweaver CC 2017, dengan bahasa pemrograman HTML5, CSS 3.0 dan Javascript.

3.4.1.3. Testplay

Proses terakhir dalam metode *design thinking* adalah *test*. Dalam proses ini, produk yang dihasilkan oleh proses *prototype* diserahkan kepada sekelompok pengguna untuk diuji. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian antara produk desain dengan teori yang digunakan, apabila digunakan langsung oleh pengguna. Dalam *website* “Way of Batik”, titik berat ada pada perancangan *UX* dan *UI* yang hadir di dalam produk *prototype*. Hasil dari sesi ini akan dievaluasi untuk masuk ke dalam tahap perancangan akhir.



Gambar 3.23. Pengujian dalam *Testplay*

3.4.2. Perancangan Akhir

Dalam tahap perancangan akhir, penulis kembali melakukan tahapan-tahapan *design thinking* berupa ideasi dan *prototype* yang menghasilkan produk final.

3.4.2.1. Ideasi Konsep

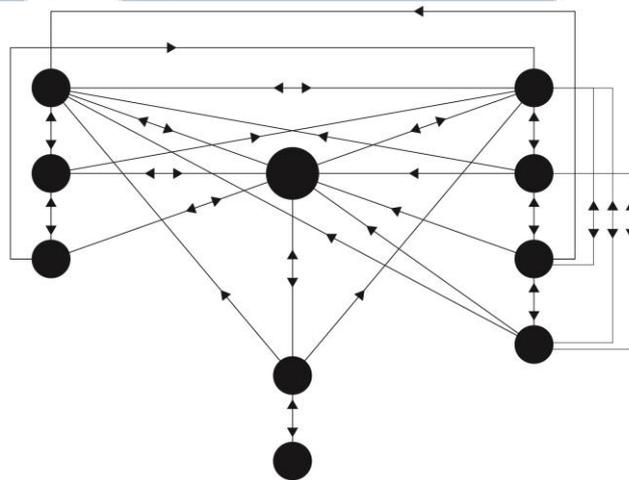
Pada perancangan akhir ini, penulis menggunakan tahapan *brainstorming* serta penyusunan arsitektur informasi yang dirancang berbeda dari versi *demo*.

1. *Brainstorming*

Brainstorming yang dilakukan pada proses perancangan akhir difokuskan dalam tiga lingkupan, yakni konten yang digunakan sebagai informasi utama, wujud interaksi, dan rupa visual *website*. *Brainstorming* pada lingkupan konten dibatasi pada konten-konten yang saling berhubungan satu sama lain pada kaitannya dengan batik dan Yogyakarta. Sementara

itu, *brainstorming* pada lingkup wujud interaksi dilakukan untuk menentukan interaksi yang tidak mengganggu alur informasi. Terakhir adalah *brainstorming* dalam ruang lingkup rupa visual *website*, yang dilakukan untuk menentukan ciri visualisasi yang dapat dipahami oleh pengguna dengan cepat. Hasil dari *brainstorming* pada proses perancangan akhir ini adalah penyaluran informasi konten yang linear, wujud interaksi *clicking* dan *scrolling*, serta rupa visual *website* yang menggunakan aset foto.

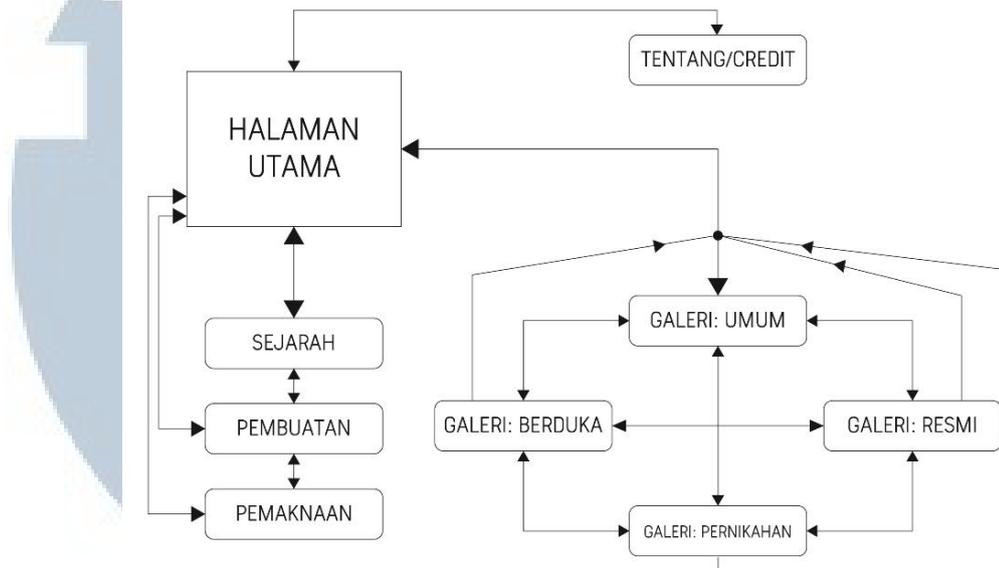
2. Plot Interaksi



Gambar 3.24. Plot Interaksi Terbuka “Way of Batik”

Sebelum memetakan informasi, penulis melakukan penyortiran terhadap konten-konten dan relasinya satu sama lain. Konten-konten tersebut dihubungkan melalui navigasi yang dipicu oleh interaksi yang dilakukan pengguna terhadap *website*. Penulis merancang aliran informasi dan relasinya terhadap satu sama lain menggunakan bagan plot interaksi. Plot interaksi yang digunakan adalah plot interaksi *open/terbuka*. Dengan

bagan plot interaksi ini, penulis merancang informasi apa yang dapat diakses pengguna selanjutnya saat berada pada halaman informasi tertentu.



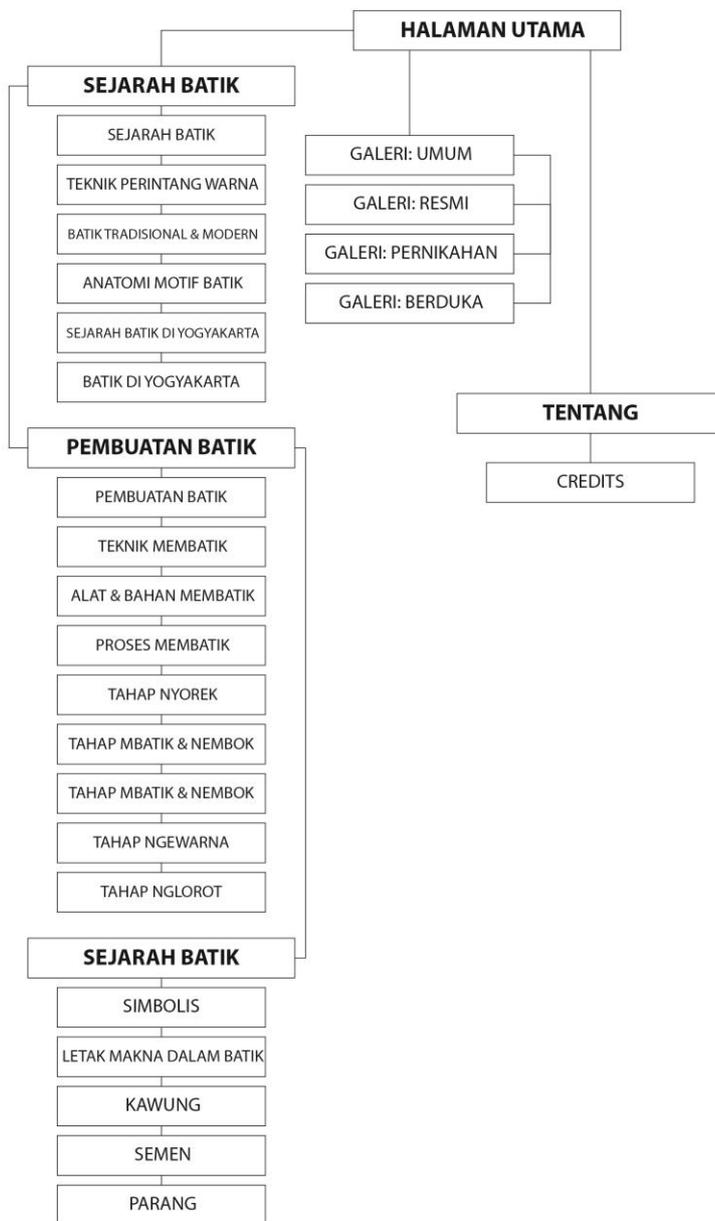
Gambar 3.25. Bagan Plot Interaksi

Kelebihan dari plot terbuka adalah kebebasan yang diberikan kepada pengguna dalam mengakses informasi dalam *website*. *Website* “Way of Batik” tidak memiliki akhir yang pasti atas informasi di dalamnya. Alur penerimaan informasi dibebaskan kepada pilihan pengguna. Pilihan-pilihan yang terdapat di dalamnya fleksibel dan dapat bersinggungan satu sama lain.

3. Arsitektur Informasi

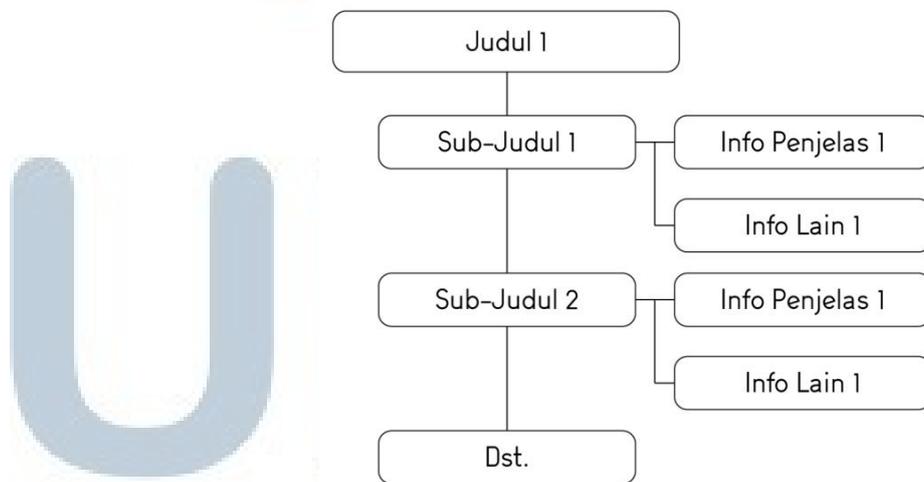
Konten informasi yang telah dikumpulkan dirancang dan disusun ke dalam arsitektur informasi utama. Arsitektur informasi utama berperan sebagai peta jalur informasi yang dapat dilalui oleh pengguna. Terlihat dari bagan

arsitektur informasi utama, ada tiga judul besar (menu utama) yang dapat diakses dalam *website*. Ketiga menu utama tersebut adalah “Halaman Utama”, “Galeri” dan “Tentang”. Ada pula “Menu” yang membantu navigasi antar bagian dan halaman.



Gambar 3.26. Arsitektur Informasi Utama Versi Akhir

Di dalam “Halaman Utama” terdapat tiga judul yang mewakili tiga tema konten di dalamnya. Tema yang pertama adalah sejarah batik, lalu pembuatan batik, dan terakhir adalah pemaknaan batik. Ketiga judul tersebut memiliki sub-judulnya masing-masing untuk penjelasan bertahap. Setiap sub-judul pun memiliki informasi-informasi yang lebih detail. Informasi dalam sub-judul dibagi menjadi tiga kelas, yakni informasi *textbox*, informasi penjas dan informasi lain. Informasi *textbox* menyatu dengan sub-judul sendiri, sementara informasi penjas berfungsi untuk menjelaskan informasi *textbox* lebih lanjut, dan informasi lain berfungsi untuk memberi informasi tambahan yang berkaitan.



Gambar 3.27. *Template* Struktur Konten Halaman Utama

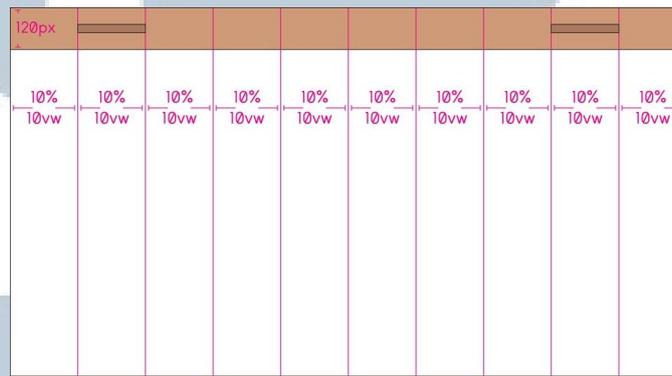
Untuk menu “Galeri”, digunakan sistem kategori untuk memisahkan informasi penggunaan batik. Kategori umum untuk informasi mengenai batik yang dapat dikenakan pada kegiatan umum. Kategori acara

resmi untuk informasi mengenai motif batik yang layak dikenakan secara formal. Kategori pernikahan untuk informasi mengenai motif batik yang sesuai untuk mempelai, keluarga, maupun tamu pesta pernikahan. Terakhir adalah kategori berduka, untuk motif batik yang pantas dikenakan saat sedang berduka atau mengunjung pemakaman.

3.4.2.2. Pembuatan Produk

Prosesi pembuatan produk dalam perancangan akhir, mengikuti alur yang hampir serupa dengan langkah-langkah pada perancangan *demo*.

1. *Wireframe*

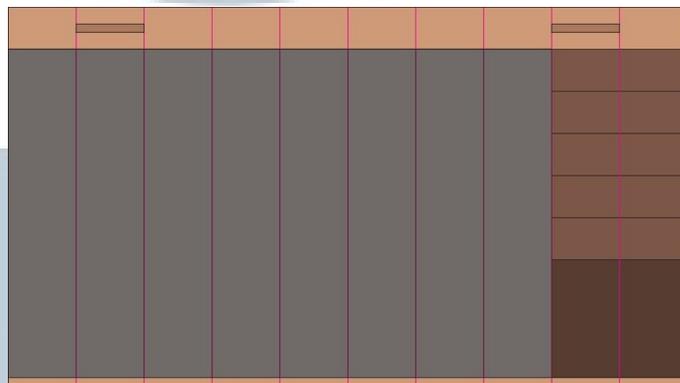


Gambar 3.28. Template *Wireframe* #1

Pembuatan *wireframe* didasari oleh arsitektur informasi yang telah dirancang sebelumnya. Penulis membuat set *wireframe* sesuai dengan kebutuhan yang dapat menjadi *template*, dalam artian memiliki *reusability* yang tinggi. Visualisasi *wireframe* berfokus untuk memuat pemetaan ukuran dan letak dari komponen-komponen visual *website*. Perancangan dimulai dari sketsa halaman menu-menu utama, yakni “Halaman Utama”,

“Galeri” dan “Tentang”. *Wireframe* dalam template ini memiliki 10 kolom dengan lebar yang responsif.

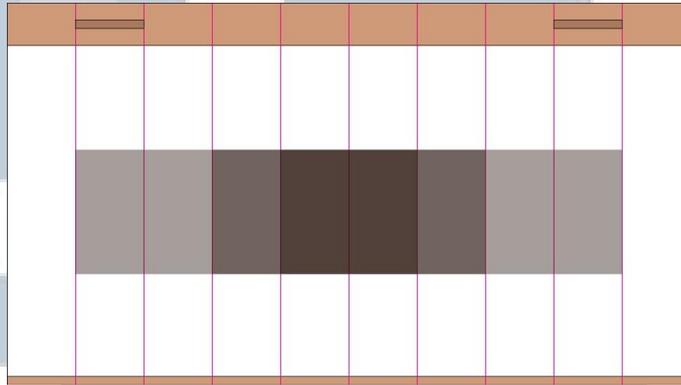
Pada template *wireframe*, bar navigasi diletakkan di bagian teratas, konten di tengah-tengah, serta *footer* ditempelkan di paling bawah. Pada bagian bar navigasi, diletakkan dua tombol, satu di kiri dan satu di kanan. Tombol kiri akan memindahkan tampilan ke “Halaman Utama” dari halaman manapun. Sementara tombol kanan digunakan untuk membuka jendela navigasi samping. Saat navigasi samping terbuka, akan tampil *layer* berwarna gelap transparan menutupi konten. Apabila *layer* tersebut ditekan, navigasi samping akan tertutup. Navigasi samping hadir di semua halaman dalam *website* ini.



Gambar 3.29. Template *Wireframe* #2

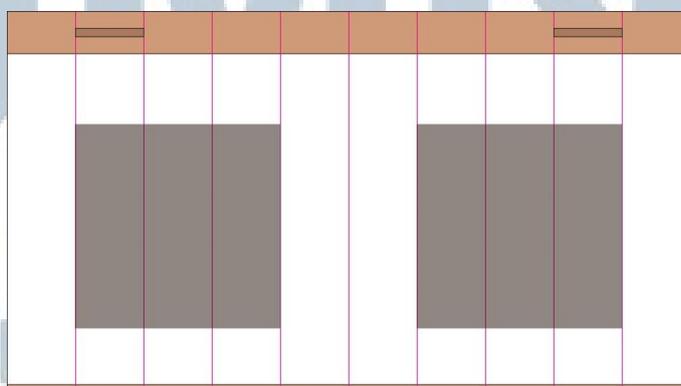
Wireframe yang digunakan dalam “Halaman Utama” ada tiga, dan dapat dikombinasikan. Penggunaan *wireframe* itu dibedakan sesuai dengan kebutuhannya dalam penyampaian informasi dalam “Halaman Utama”.

Ketigawireframe tersebut yakni *wireframe* untuk judul utama bagian konten, konten informasi, dan *lightbox*.

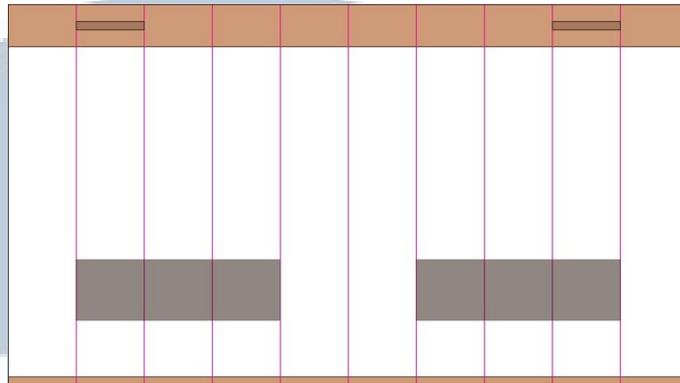


Gambar 3.30. Wireframe untuk Judul dan *Quote*

Wireframe ini adalah tampilan pertama yang dilihat pengguna saat mengakses *website*. Selain digunakan untuk judul utama bagian konten, *wireframe* ini digunakan pula untuk penempatan jenis konten *quote*. Posisi konten dalam *wireframe* ini ditempatkan di tengah-tengah halaman dari segala sisi. Penempatan tengah ini berfungsi untuk memfokuskan perhatian pengguna ke tengah, lokasi informasi berada.

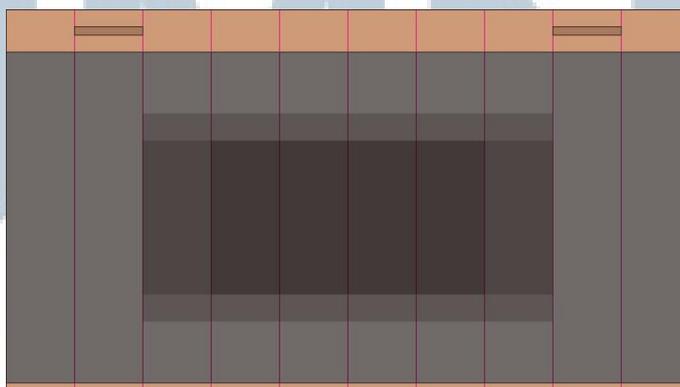


Gambar 3.31. *Wireframe* untuk Konten Informasi Utama



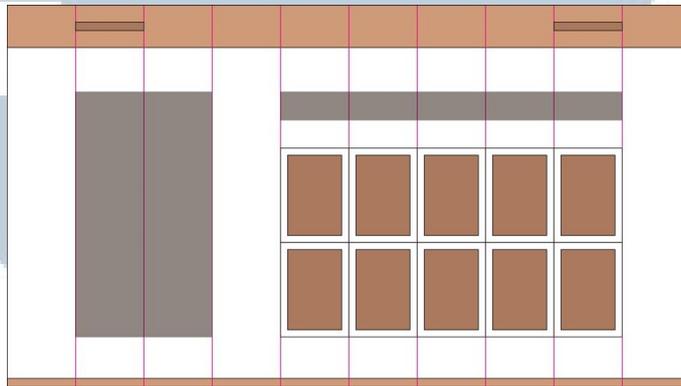
Gambar 3.32. *Wireframe* untuk Konten Informasi Sub-Judul

Dalam “Halaman Utama”, *wireframe* konten informasi memiliki dua jenis. Untuk informasi utama yang hadir setelah judul, kotak konten informasi berbentuk persegi, terletak di sisi kiri atau kanan, dan berukuran besar untuk menarik perhatian pengguna. Untuk informasi pada sub-judul, kotak konten informasi lebih kecil untuk meringkas informasi umum. Letaknya juga terdapat di sisi kiri atau kanan, namun lebih condong di bagian bawah tampilan.



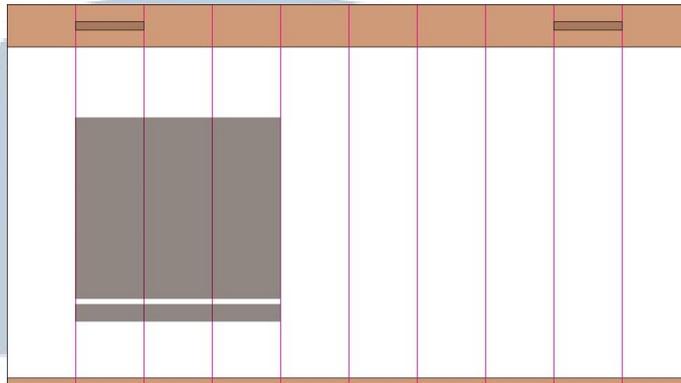
Gambar 3.33. *Wireframe* untuk *Lightbox*

Jendela *lightbox* adalah halaman yang memuat informasi penjelas/lain yang hadir saat pengguna menekan input tertentu. Letak konten dalam *lightbox* selalu di tengah, dan berisi gambar, teks, atau keduanya sesuai konten yang diakses. Di belakang kotak konten akan hadir kembali *layer* gelap, yang bila ditekan oleh pengguna akan menutup jendela *lightbox*. Layar gelap ini berfungsi untuk memperkuat fokus pengguna terhadap *lightbox* yang tampil.



Gambar 3.34. *Wireframe* halaman Galeri

Untuk menu “Galeri” dan “Tentang”, masing-masing hanya menggunakan dua jenis *wireframe*. Yang pertama adalah *wireframe* khas masing-masing, dan *wireframe* untuk *lightbox* kembali digunakan. Khusus untuk “Galeri”, kotak konten di dalamnya berisi kotak navigasi galeri untuk berpindah halaman kategori. Untuk halaman “Tentang”, konten informasi berupa latar belakang dan kredit.



Gambar 3.35. *Wireframe* halaman Tentang

2. Visualisasi Aset Konten

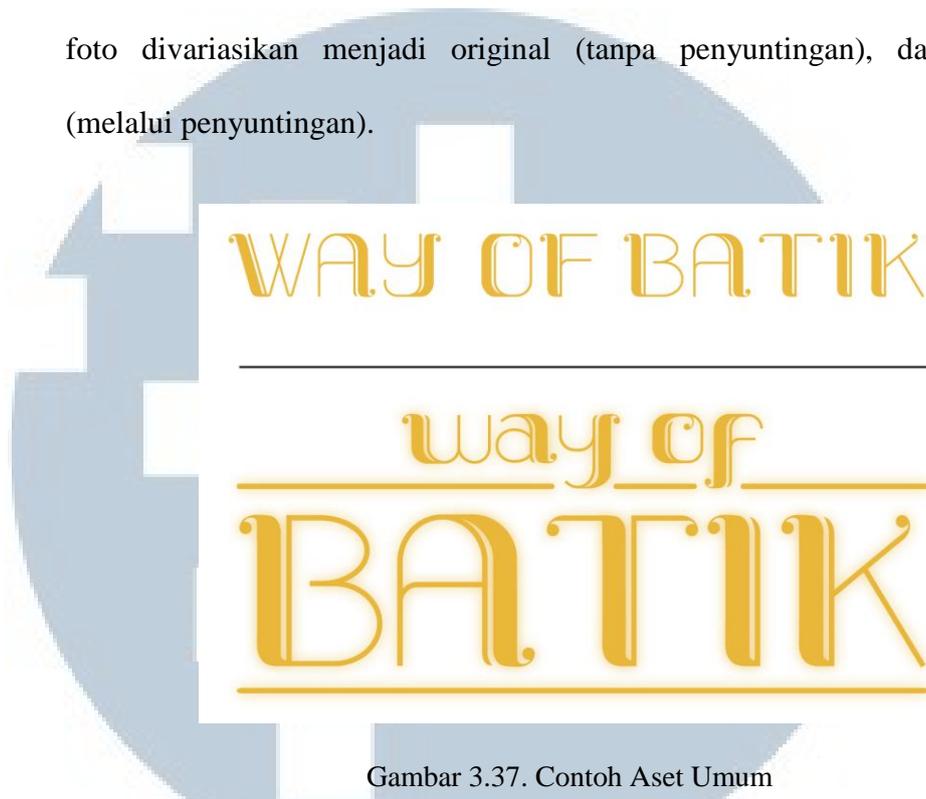
Dalam proses visualisasi aset konten, seluruh konten yang memerlukan rupa visual tertentu akan diproses. Klasifikasi konten dalam aset adalah berupa aset *background*, aset umum, dan aset informasi. Seluruh pengerjaan visualisasi dilakukan dengan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop CC 2017.



Gambar 3.36. Contoh Aset *Background* versi Sepia

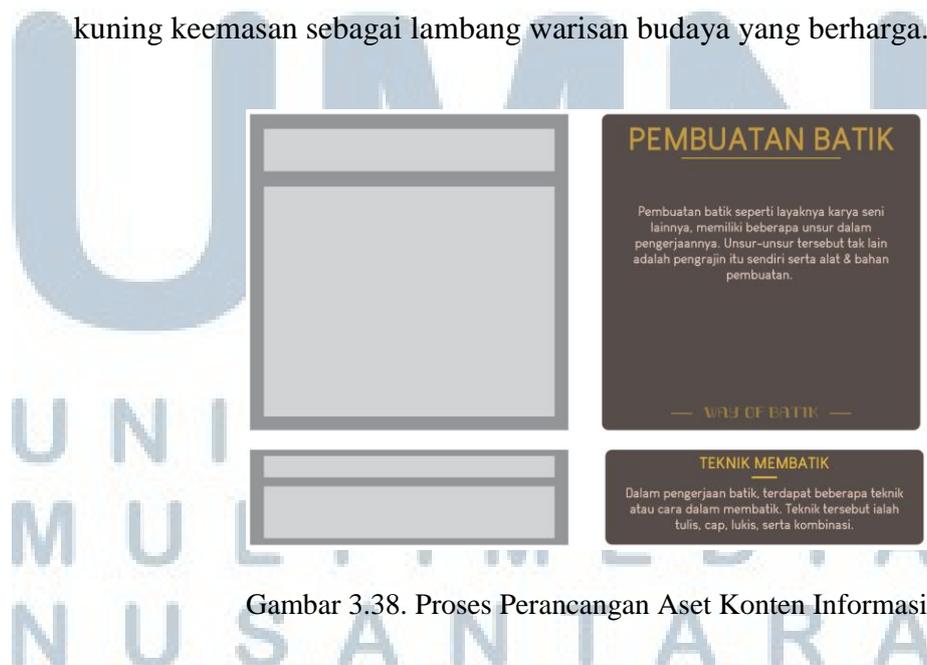
Pertama adalah aset *background*. Aset *background* merupakan aset yang menjadi latar dari tiap halaman dalam *website*. Aset ini berbasis foto dan ada yang mengalami penyuntingan. Oleh karena itu, penggunaan aset

foto divariasikan menjadi original (tanpa penyuntingan), dan sepi (melalui penyuntingan).



Gambar 3.37. Contoh Aset Umum

Aset umum adalah aset konten yang penggunaannya dapat digunakan di berbagai hal. Aset umum di atas adalah aset nama/logo website “Way of Batik”. Aset ini menggunakan *font* Parang dan warna kuning keemasan sebagai lambang warisan budaya yang berharga.



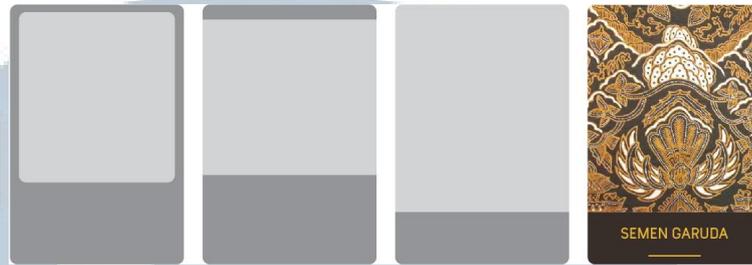
Gambar 3.38. Proses Perancangan Aset Konten Informasi

Selanjutnya ialah aset konten informasi, yang berfungsi untuk memuat informasi berupa tulisan. Rupa dasar yang digunakan adalah persegi, dengan warna cokelat dan memiliki transparansi agar memiliki kesatuan dengan *background*.



Gambar 3.39. Proses Perancangan Aset Konten Informasi *Lightbox*

Konten informasi *lightbox* adalah informasi yang tampil saat pengguna menekan sebuah input tertentu (menekan tombol info). Konten informasi ini memberikan informasi berupa gambar dan tulisan. *Font* yang digunakan dalam aset konten ini adalah Arvin.

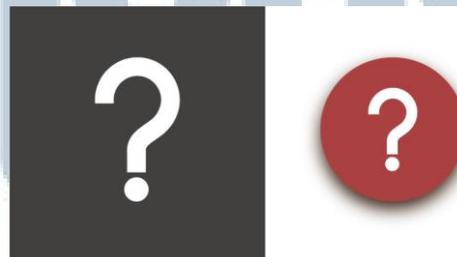


Gambar 3.40. Proses Perancangan Aset Kartu Batik

Kartu batik adalah aset konten informasi galeri yang berfungsi untuk menampilkan foto/ilustrasi batik dalam halaman “Galeri”. Berbentuk dasar persegi dengan rupa kartu, dan memiliki kotak informasi nama motif batik yang tertera. *Font* yang digunakan adalah Arvin.

3. Visualisasi Aset Navigasi

Dalam proses visualisasi aset navigasi, aset-aset yang akan berinteraksi langsung dengan pengguna dibuat. Aset-aset navigasi yang dimaksud berupa tombol, ikon, serta bar navigasi. Seluruh pengerjaan visualisasi dilakukan dengan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop CC 2017.



Gambar 3.41. Proses Perancangan Tombol Info Lain



Gambar 3.42. Proses Perancangan Tombol Info Penjelas

Perancangan aset navigasi berupa tombol menghadirkan dua jenis tombol yang tampil dalam “Halaman Utama”. Kedua jenis tombol itu adalah tombol info lain dan tombol info penjelas. Tombol info lain menggunakan rupa tanda tanya untuk melambangkan informasi lain yang menarik dan berkaitan dengan informasi utama pada halaman tertentu. Sementara itu tombol info penjelas menggunakan rupa lensa pembesar (lup), sebagai lambang informasi yang diperjelas. Tombol-tombol ini memiliki warna merah sebagai warna dasar untuk menunjukkan emphasis dan menarik perhatian pengguna untuk berinteraksi dengan tombol.

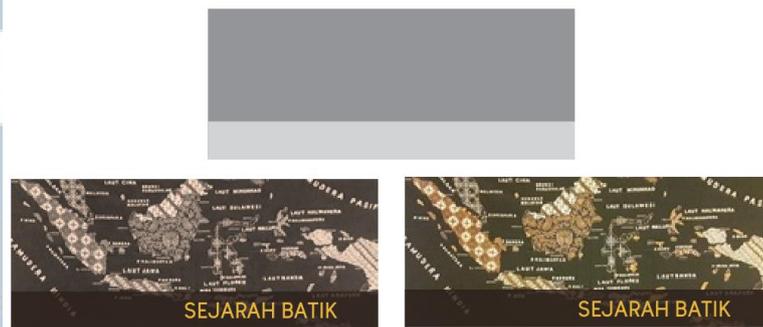
Peletakan tombol di area konten diacak untuk mengisi ruang kosong agar tercipta keseimbangan, dan tidak memengaruhi informasi/konten di dalamnya.



Gambar 3.43. Proses Perancangan Tombol & Ikon Menu

Tombol dan ikon menu memiliki dasar rupa yakni font yang digunakan, Parang. Untuk menyamakan gaya, *hamburger icon*, ikon yang

biasa digunakan untuk membuka menu, diubah menjadi gaya *font* Parang dengan menggunakan huruf I. Peletakan tombol dan ikon ini berada di kanan atas halaman, dan berfungsi untuk membuka jendela navigasi samping.



Gambar 3.44. Proses Perancangan Tombol Navigasi Halaman

Dalam jendela navigasi samping, pengguna akan menemui tombol-tombol yang berfungsi memindahkan pengguna ke halaman yang tertera. Tombol menggunakan foto dan tulisan dengan *font* Arvin, untuk memberi tahu nama dan ciri halaman terkait. Dalam sebuah tombol ada dua versi foto, yakni sepia dan original. Tombol yang secara *default* berwarna sepia akan menjadi berwarna original apabila pengguna meletakkan kursor pada tombol tersebut.

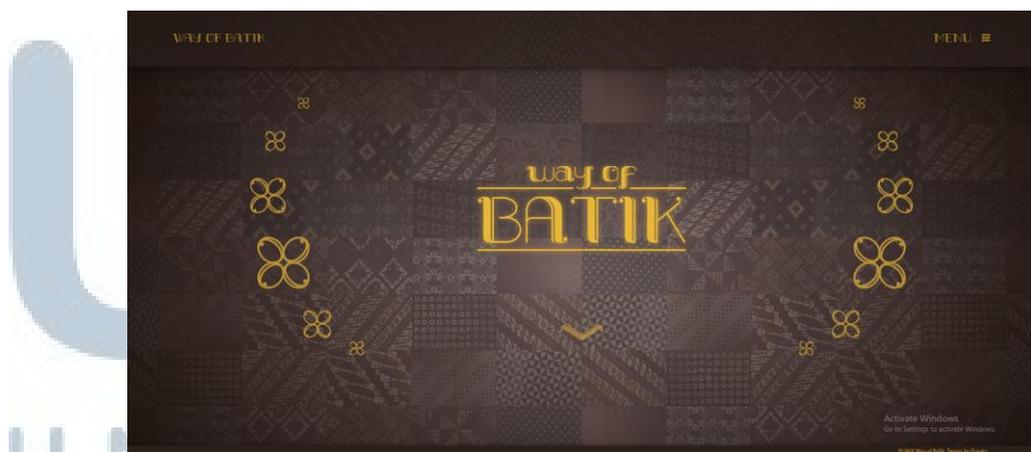
Navigasi galeri memiliki rupa persegi dengan informasi halaman “Galeri” beserta tombol-tombol untuk berpindah menuju halaman kategori tertentu. Navigasi galeri ini terletak di sebelah kiri halaman, sementara kumpulan kartu batik berada di sebelah kanannya. Kategori yang ada adalah umum, acara resmi, pernikahan, dan berduka, yang melambangkan

penggunaan motif batik dalam kegiatan tertentu. *Font* yang digunakan dalam konten ini adalah *font* Arvin.



Gambar 3.45. Perancangan Aset Navigasi Galeri

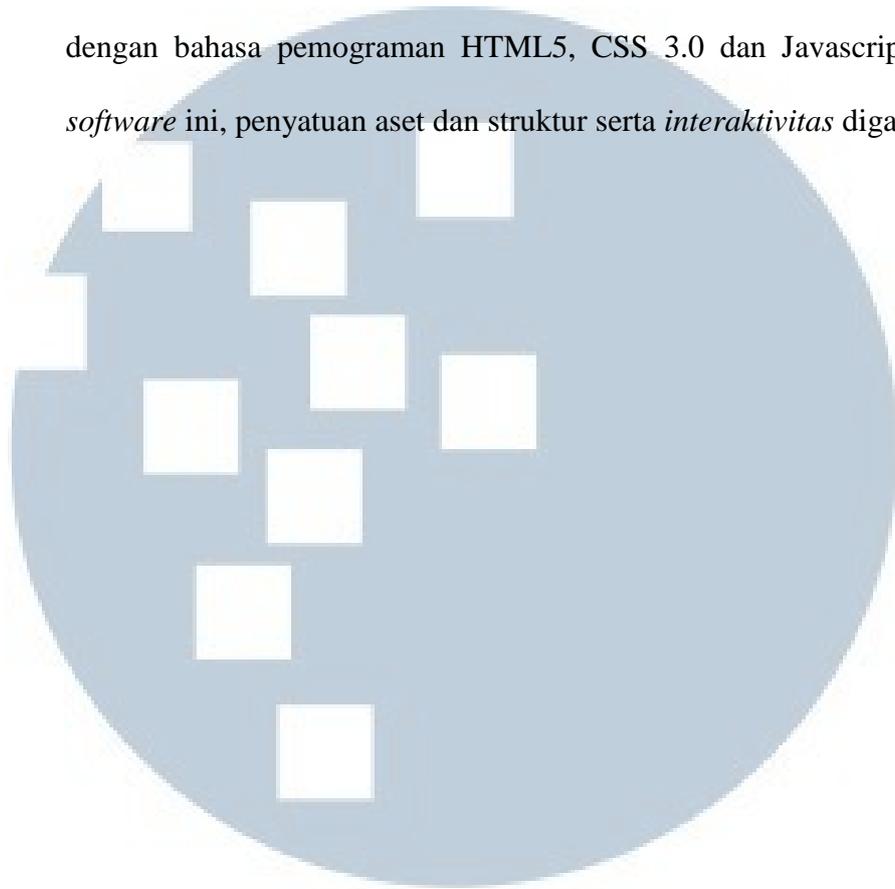
4. Finalisasi Produk



Gambar 3.46. Contoh Halaman Utama *Website* “Way of Batik”

Finalisasi produk dalam perancangan akhir adalah proses penyatuan aset yang telah dihubungkan dengan arsitektur informasi dan *wireframe*. Dalam hal ini, penulis menggunakan *software* Adobe Dreamweaver CC 2017,

dengan bahasa pemograman HTML5, CSS 3.0 dan Javascript. Melalui *software* ini, penyatuan aset dan struktur serta *interaktivitas* digabungkan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA