

Teori, Strategi, dan Evaluasi

Merancang Website

dalam Perspektif Desain

Abdurrahman Sidik, S.Sn., M.Ds.



***Teori, Strategi, dan Evaluasi
Merancang Website dalam Perspektif Desain***

Penulis:

Abdurrahman Sidik, S.Sn., M.Ds.

Copyright © 2019

Editor:

Antoni Pardede, S.Si., M.Si., Ph.D.

Desain Cover dan Layout:

Abdurrahman Sidik, S.Sn., M.Ds.

Diterbitkan Pertama Kali Oleh:

Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al Banjari

Jl. Adhyaksa No. 2 Kayutangi

Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekam lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

ISBN: 978-623-91132-2-3

KATA PENGANTAR

Desain adalah proses perencanaan atau perancangan suatu objek yang bertujuan agar objek tersebut memiliki fungsi, nilai keindahan, dan berguna bagi manusia. Desain dapat diterapkan pada berbagai bidang ilmu, seperti pada Teknologi Informasi (TI). Salah satu produk dari TI adalah website. Kadang sebuah website tidak memenuhi fungsinya sebagaimana awal tujuan dari pembuatan website itu sendiri. Buku ini hadir untuk menjawab permasalahan tersebut melalui perspektif desain.

Merancang sebuah website diperlukan seorang perancang yang menguasai teori, strategi, dan bagaimana mengevaluasi website. Dalam buku ini, teori-teori yang dijelaskan mencakup pengertian website itu sendiri, fungsi dan jenis website, teori desain terhadap website, dan elemen-elemen desain yang menyusun sebuah website. Pemahaman perancang terhadap teori tersebut menentukan alur rancangan dan kesuksesan website kedepannya. Selain itu evaluasi juga diperlukan untuk mengetahui keefektifan website dan kepuasan pengguna setelah website diluncurkan ke publik.

Hingga saat ini buku yang menjelaskan mengenai teori, strategi, dan evaluasi website dalam perspektif desain masih belum banyak dijumpai khususnya dalam bahasa Indonesia. Penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dan penyempurnaan buku ini di masa mendatang. Atas kontribusi tersebut penulis ucapkan terima kasih.

Banjarmasin, Juli 2019
Penulis,

Abdurrahman Sidik, S.Sn., M.Ds.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	4
Daftar Isi	6
 <i>BAB I Pendahuluan</i>	 8
 <i>BAB II Teori</i>	 14
Pengertian Website	14
Fungsi Website	17
Responsive Website	18
Desain Website	20
Desain Interaksi	22
Desain Antar Muka	23
Elemen Desain Antar Muka	25
Gambar	25
Tipografi	27
Warna	32
Tata Letak	34
Prinsip Desain dalam Merancang Website	41

BAB III Strategi dan Evaluasi Website	44
Persiapan Awal	45
Membuat Konsep	45
Focus Group Discussion	46
Perancangan	47
Front-End	48
Back-End	49
Evaluasi	50
Usability Testing	52
A/B Testing	62
Eye Tracking	64
Clickstream Analysis	66
Penutup	67
Daftar Pustaka	68

BAB I

PENDAHULUAN

Percepatan perkembangan teknologi dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan kenyataan yang terjadi pada saat ini. Revolusi industri 4.0 pun menjadi salah satu istilah yang paling sering dibicarakan baik dari tokoh nasional maupun internasional. Revolusi industri 4.0 adalah nama tren untuk otomatisasi teknologi, kemudahan dalam pertukaran data, dan perubahan besar terhadap cara manusia memproduksi barang.



Beberapa hal yang awalnya begitu sulit dilakukan, proses yang lama, biaya produksi yang mahal, mendadak menjadi mudah, cepat, dan murah. Perkembangan tersebut telah menyebabkan sejumlah pengaruh dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah penggunaan internet. Internet mengubah pola interaksi manusia yang terlibat di dalamnya, serta mengubah cara seseorang memperoleh informasi. Menurut WeAreSocial, perusahaan agensi sosial marketing global yang berbasis di London, 5,1 milyar dari total 7,6 miliar populasi dunia adalah pengguna mobile. Dari 5,1 milyar pengguna mobile, 4,3 milyarnya adalah pengguna aktif internet global (WeAreSocial, 2019).



Mobile dapat diartikan sebagai perpindahan yang mudah dari satu tempat ke tempat yang lain, misalnya mobile phone yang berarti terminal telepon yang dapat berpindah dengan mudah dari satu tempat ke tempat lain tanpa terjadi pemutusan atau terputusnya komunikasi. Berkat mobile phone aktivitas pengguna tidak terbatasi lagi untuk melakukan apapun yang diinginkan, misalnya menggunakan mobile phone ketika sedang duduk santai, tiduran, memasak, dan sebagainya. Jika dilihat dari jenisnya, mobile phone terbagi menjadi dua yaitu (1) mobile phone yang hanya dapat digunakan untuk telepon dan sms (feature phone), dan (2) mobile phone yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer serta memiliki akses internet (smart phone).

Bertambahnya pengguna smartphone setiap harinya menyebabkan banyak juga website yang menyajikan beragam informasi, mulai dari website e-commerce, website berita, website hiburan, website sosial, website finansial, website personal, dan lain-lain. Semakin banyak pengguna mengakses website, maka akan semakin banyak keuntungan yang didapatkan. Namun, banyak pula di antara website tersebut yang tidak dapat memenuhi tujuan awal kenapa website tersebut dibuat dan bahkan banyak yang mengecewakan pengguna yang mengaksesnya. Terlebih lagi apabila website tersebut tidak ramah mobile, dengan kata lain website yang dirancang hanya dipersiapkan untuk diakses lewat komputer desktop atau laptop saja, tanpa mempertimbangkan tampilan mobile yang diakses melalui smartphone (responsive website). Menurut penelitian yang dilakukan oleh User Interface Engineering, Inc. (2009), diketahui bahwa 60% waktu terbuang karena orang tidak bisa menemukan informasi yang ingin didapatnya pada sebuah website dan hal ini berdampak pada penurunan produktivitas, meningkatkan frustasi dan bentuk kerugian lainnya.

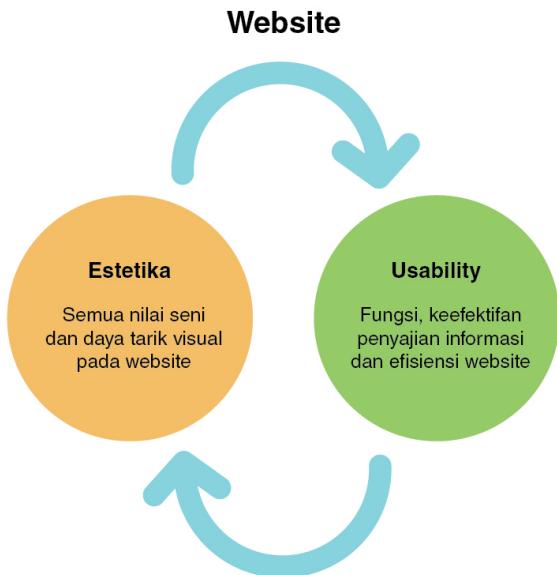
Berdasarkan fakta tersebut, pengguna (pengunjung website) umumnya memberikan penilaian subjektif bahwa website tersebut sudah tidak pantas untuk dikunjungi lagi. Jika hal ini terjadi kepada banyak pengguna, maka sudah dapat dipastikan bahwa website tersebut akan ditinggalkan banyak orang sehingga akan berakibat gagalnya pencapaian tujuan awal pembuatan website itu sendiri. Kerugian lain yang bisa terjadi adalah kehilangan keuntungan yang mungkin dapat diperoleh dari iklan yang dipasang, mendapatkan citra website bermutu rendah jika dibandingkan dengan website kompetitor yang lebih bagus, atau bahkan berakibat paling buruk berupa ditutupnya website tersebut karena jarang diakses oleh penggunanya. Berdasarkan hasil studi yang

dilakukan Forrester Research (2009), dinyatakan bahwa sekitar 50% dari potential sales hilang karena pengguna tidak bisa menemukan informasi dan 40% dari pengguna tidak kembali lagi mengunjungi website karena pengalaman buruk ketika pertama kali mengunjungi website tersebut.

Terdapat dua sudut pandang utama untuk menentukan baik buruknya sebuah website. Menurut Beaird (2010) website harus memperhatikan dua aspek, yaitu estetika dan usability. Estetika berfokus pada semua nilai seni dan daya tarik visual pada website, salah satunya adalah elemen desain antar muka (interface). Kemudahan pengguna untuk mencari informasi yang disajikan pada sebuah website sangat dipengaruhi oleh penyusunan desain antar muka. Menurut Saffer (2007) desain antar muka pada website adalah dimana dan bagaimana sebuah fitur, kontrol, dan konten diletakkan. Vinh (2011) juga menambahkan bahwa desain antar muka sangat berguna untuk mengatur, menjaga keharmonisan dan kesinambungan antar konten pada sebuah website. Desain antar muka memberikan struktur pada elemen-elemen desain lainnya agar dapat tertata rapi. Elemen-elemen desain antar muka yang menyusun sebuah website selanjutnya akan dibahas pada bab berikutnya.

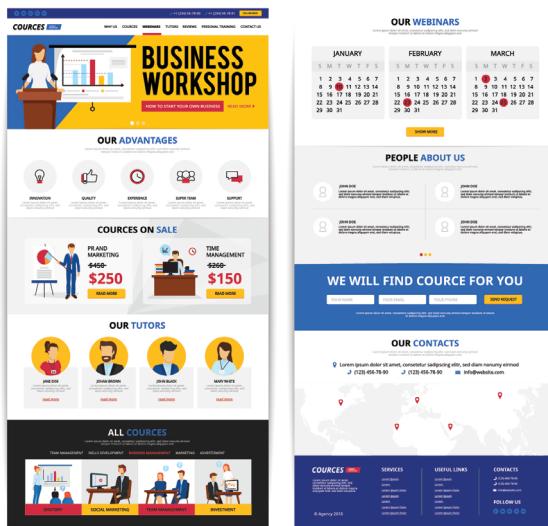
Aspek kedua adalah usability yang berfokus pada fungsi, keefektifan penyajian informasi dan efisiensi sebuah website. Usability adalah tema utama yang dibahas dalam literatur Human-Computer Interaction (HCI). Penelitian-penelitian pada HCI telah lama menegaskan bahwa studi tentang usability sangat penting untuk menentukan kesuksesan sebuah website. Beaird (2010) menambahkan bahwa kebanyakan orang ketika mendesain website hanya berfokus pada sisi estetikanya saja, dan melupakan aspek usability terhadap pengguna. Usability dapat

diartikan sebagai proses optimasi interaksi antara pengguna dengan sistem yang dapat dilakukan secara interaktif, sehingga pengguna mendapatkan informasi yang tepat atau menyelesaikan suatu aktivitas pada website tersebut dengan lebih baik. Nielsen (2012) mendefinisikan usability sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan website sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Usability juga bisa digunakan sebagai perangkat untuk menilai kualitas dan kemudahan sebuah fungsi dan tampilan pada website. Sebuah website memiliki tingkat usability yang tinggi apabila pengguna bisa menemukan atau memperoleh informasi yang mereka butuhkan dari website tersebut. Kriteria apa saja yang harus diperhatikan dalam membangun usability website akan dibahas pada bab berikutnya.



Estetika dan usability yang membangun sebuah website

Menurut Landauer (1995), sebagian besar total biaya pengembangan perangkat lunak digunakan untuk perawatan karena permasalahan interaksi pengguna (usability) dengan sistem dan bukan permasalahan teknis. Situasi tersebut menggambarkan pentingnya usability untuk mempertegas kebutuhan terhadap pengembangan desain website, sebelum, pada saat dan sesudah proses pengembangan website tersebut. Tidak sedikit pengguna yang tidak dapat menerima website yang buruk dan mau meluangkan waktu untuk mempelajari sebuah website. Atau dengan kata lain, pengguna sangat ingin segera mengerti dengan seketika (instan), atas apa yang disajikan dalam sebuah website.



Ilustrasi desain antar muka website

Desain antar muka yang menarik tidak menjamin kemudahan pengguna untuk mengakses dan memperoleh informasi pada website. Sikap kepuasan pengguna terhadap website menjadi salah satu tolak ukur untuk dapat pengembangan website selanjutnya. Buku ini akan membahas teori, strategi merancang layout website, dan bagaimana mengevaluasi website.

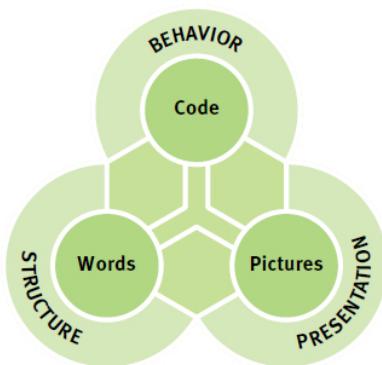
BAB II

TEORI

PENGERTIAN WEBSITE

Website adalah sekumpulan halaman yang berisi informasi berbentuk digital. Informasi tersebut bisa berupa teks, gambar, audio, video, animasi atau gabungan dari semuanya. Website pada umumnya dapat diakses oleh banyak orang di seluruh dunia selama ia memiliki koneksi internet. Website dibentuk dari tiga komponen yang saling melengkapi. Ketiga komponen tersebut adalah words, pictures, dan code (Veen, 2001). Words merupakan kata-kata yang menyusun konten sebuah website sehingga dapat dipahami sebagai sebuah informasi. Misal pada website berita yang memperbaharui beritanya hampir beberapa menit sekali. Perbaharuan berita tergantung pada kejadian yang sedang ramai dibicarakan pada saat itu. Maka website berita biasanya lebih menekankan kepada keterbaruan informasi. Semakin menarik informasinya maka semakin besar pula

kemungkinan berita menjadi populer dan berdampak dengan meningkatnya kunjungan pada website berita tersebut. Pictures merupakan gambar yang menghiasi kata-kata ataupun informasi berbentuk gambar yang dipandu dengan kata-kata agar dapat lebih mudah dipahami dan dimengerti maksudnya. Misal seperti pada website sosial media, justru yang menjadi fokus utamanya adalah gambar. Jika website sosial media tersebut hanya berbasis teks (words) maka akan terasa membosankan bagi pengguna. Sedangkan code merupakan baris-baris perintah dalam bentuk kode-kode, seperti kode HTML (HyperText Markup Language), kode CSS (Cascading Style Sheet), dan kode-kode lainnya yang digunakan untuk mengatur bagaimana informasi yang berupa teks (words) dan gambar (pictures) dapat ditampilkan pada software penjelajah website (browser) baik itu pada komputer maupun smartphone.



Komponen-komponen yang membangun website menurut Veen

Seiring dengan perkembangan internet, hubungan ketiga komponen website (words, pictures, dan code) ini mengalami perluasan ruang lingkup dan dikategorikan menjadi tiga, yaitu structure, presentation, dan behavior, masing-masing komponen mempunyai keterikatan dengan ketiga komponen sebelumnya.

Pengertian structure yaitu informasi ditekankan pada pengertian bagaimana informasi di dalam sebuah website disusun. Sebuah website dapat dikatakan berhasil apabila mudah digunakan dan dipahami oleh penggunanya. Informasi yang dimaksud dapat berupa sitemap ataupun konten yang ditampilkan pada website.

Pengertian dari presentation adalah bagaimana sebuah website ditampilkan secara visual yang menarik kepada setiap orang yang mengakses website tersebut. Dengan visual yang menarik setidaknya pengguna akan penasaran dengan isi konten website tersebut.

Sedangkan pengertian behavior merupakan bagaimana pengguna berinteraksi dengan website dan reaksi apa saja yang diharapkan muncul dari interaksi tersebut. Misalnya dengan membuat teks yang lebih besar dibandingkan dengan teks yang lainnya dan diharapkan pengguna akan membaca konten itu pada saat mengakses website pertama kalinya, atau bisa juga dengan penggunaan tombol yang besar dan warna yang berbeda dari tombol-tombol yang lain agar pengguna mengklik tombol tersebut. Ketiga komponen ini merupakan bentuk dasar hubungan yang muncul dari website, sehingga perancangannya pun harus memperhatikan hubungan dari ketiga komponen ini.

FUNGSI WEBSITE

Kalau ditinjau dari fungsi, website secara umumnya dikelompokkan ke dalam empat kategori yaitu website sebagai fungsi komunikasi, website sebagai fungsi informasi, website sebagai fungsi transaksi, dan website sebagai fungsi hiburan (Sklar, 2015). Keempat fungsi tersebut kemudian dijabarkan sebagai berikut:

1. Fungsi komunikasi

Fungsi komunikasi ini muncul pada website yang bersifat dinamis. Biasanya website ini memiliki fasilitas seperti webmail, form contact, chatting, dan forum diskusi. Contohnya adalah media sosial Facebook, Twitter, Gmail, Kaskus, dan lain-lain.

2. Fungsi informasi

Fungsi informasi dari sebuah website dapat dilihat pada kualitas konten website yang bersangkutan, dimana keterbaruan dan kebenaran informasi yang disampaikan merupakan hal yang penting. Fungsi informasi ini biasanya tampak dari tersedianya fasilitas News, Profile Company, Reference, sebagai contoh adalah website berita, website perusahaan, website Wikipedia, dan lain-lain.



Contoh website berita online CNN, The New York Times, dan The Guardian

3. Fungsi transaksi

Fungsi transaksi pada website biasanya dari perusahaan, perdagangan ataupun dari usaha-usaha lain yang berhubungan dengan keuangan. Dalam website ini terdapat fasilitas untuk pengecekan saldo, transfer, pembelian, pembayaran, investasi, administrasi. Contoh website dengan fungsi transaksi adalah website perbankan, website belanja online, website PayPal, dan lain-lain.

4. Fungsi hiburan

Website yang fungsi utamanya hiburan memiliki tampilan gambar, video, dan animasi yang dominan untuk meningkatkan presentasi visualnya. Misalnya website sosial media, website permainan, website film, website musik, dan lain-lain.

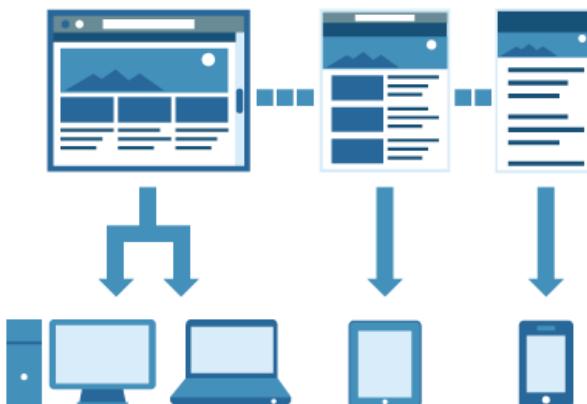
RESPONSIVE WEBSITE

Meningkatnya kebutuhan seseorang akan sebuah informasi berdampak pada banyaknya smartphone yang diproduksi. Hal tersebut membuat banyaknya variasi smartphone yang beredar dipasaran.

Smartphone memiliki layar yang beragam mulai dari 2,45 inch hingga 5,2 inch, sedangkan layar memiliki ukuran yang lebih dari 5,2 inch biasanya disebut dengan phablet/tablet. Ukuran smartphone yang beragam membuat pengalaman yang dirasakan pengguna saat mengakses website juga berbeda. Jika dulu seorang perancang website menerapkan fixed width dengan 960 pixel, maka pengguna smartphone diharuskan melakukan zoom in dan zoom out untuk melihat sebuah gambar atau hanya sekedar membaca tulisan. Maka kemudian responsive website hadir sebagai salah satu solusi untuk

menangani permasalahan ini. Responsive website adalah tampilan website yang dapat menyesuaikan dengan besarnya viewport (luasan area pada browser smartphone untuk menampilkan website).

Istilah responsive website pertama kali dicetuskan oleh Ethan Marcotte dalam sebuah artikelnya di website ListApart (2011). Marcotte kemudian menerangkan daripada membuat dua atau tiga website yang terpisah (desktop, tablet dan smartphone), ada satu solusi untuk membuat satu website yang akan mengakomodasi ketiga perangkat tersebut yang digunakan untuk mengakses website tersebut, yaitu responsive website yang dapat digunakan pada semua perangkat. Responsive website kemudian popular dan banyak digunakan oleh perancang-perancang website karena biaya pembuatannya yang murah dibandingkan website konvensional.



Perbandingan responsive website pada komputer, tablet, dan smartphone

Marcotte mengulas tiga teknik layout yang telah ada pada responsive website yakni flexible grid layout, flexible images, dan media and media queries ke dalam satu pendekatan dan menamakannya

responsive design. Beberapa istilah yang digunakan untuk mengacu hal yang sama antara lain disebut juga sebagai fluid design, elastic layout, rubber layout, liquid design, adaptive layout, cross-device design, dan flexible design. Marcotte berpendapat bahwa metodologi responsive tidak hanya melakukan perubahan layout sesuai dengan ukuran browser pada berbagai perangkat yang digunakan, akan tetapi melakukan perubahan total secara keseluruhan terhadap pendekatan yang sebelumnya dipakai saat merancang sebuah website. Daripada memulai merancang website pada ukuran layar desktop yang tetap (fixed) kemudian mengecilkannya dan mengatur isinya guna keperluan ukuran perangkat yang lebih kecil seperti smartphone, maka lebih baik rancangan dilakukan pada ukuran viewport yang terkecil dahulu dan kemudian dilanjutkan pada ukuran viewport yang lebih besar.

DESAIN WEBSITE

Sebelum membahas lebih spesifik, akan lebih baik jika kita memahami definisi desain secara umum terlebih dahulu. Menurut Sosrojudho & Tim Litbang Concept (2010) para pemikir desain sepakat pada pemahaman desain sebagai sebuah pemecahan masalah. Istilah desain dapat diartikan sebagai hasil karya manusia yang harus dapat berfungsi untuk memecahkan suatu masalah serta memudahkan kerja masyarakat pengunanya.

Sejarah desain dalam bentuknya yang paling umum dimulai sejak zaman prasejarah. Pada saat itu orang berusaha mencari cara untuk memberi bentuk visual bagi ide-ide dan konsep-konsep, cara untuk

menyimpan pengetahuan dalam bentuk gambar, serta memberi keteraturan dan kejelasan bagi informasi yang akan disampaikan. Media komunikasi desain sejak dulu sampai sekarang beragam, mulai dari coret-coretan di dinding goa, lukisan di kanvas, poster rekrutmen tentara ketika perang dunia ke-2, logo pada kop surat, sampul halaman depan majalah, tata letak surat kabar, iklan di TV, baliho pada perempatan lampu merah, kemasan mie goreng, website, hingga ikon-ikon pada aplikasi di smartphone.



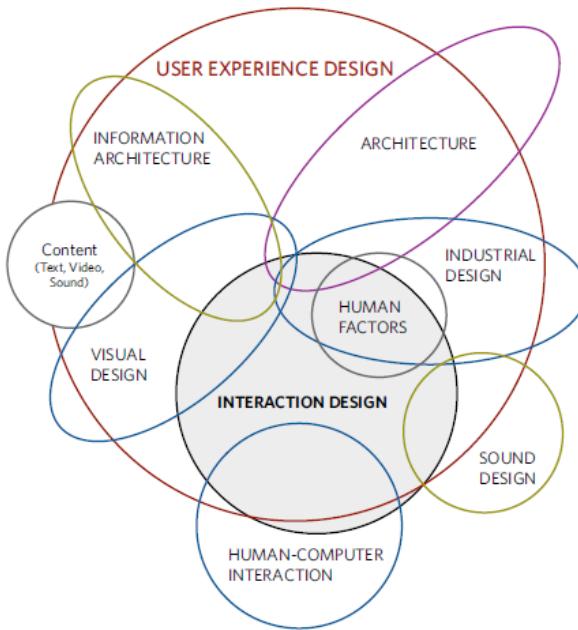
Beberapa contoh media komunikasi desain

Berkat perkembangan teknologi, media komunikasi yang digunakan oleh desainer (sebutan bagi pelaku desain) berkembang hingga menjadi media elektronik dan komputer. Namun esensi dari desain tetap sama, yaitu kemampuan untuk memberi keteraturan dalam suatu rangkaian informasi, serta memberi sentuhan ekspresi dan perasaan pada artefak yang merekam pengalaman hidup manusia (Meggs dalam Sosrojudho, 2010). Dengan kata lain, kemampuan untuk menerjemahkan ide dan konsep menjadi bentuk visual yang berfungsi sebagai sarana komunikasi.

Desain website adalah salah satu dari sekian banyak penerapan ilmu desain. Seperti penamaannya yaitu bagaimana desain diterapkan pada media website. Pada awal bab ini dijelaskan bahwa website tidak hanya disusun oleh komponen kode saja, melainkan gabungan dari kode, teks, dan gambar. Jika pengguna disuguhkan kode dan teks saja, maka orang-orang yang awam terhadap teknologi akan merasa kesulitan dalam menggunakannya. Pasti sangat membosankan apabila setiap pengguna ingin mengakses website, maka hanya teks yang ia lihat.

DESAIN INTERAKSI

Desain interaksi berkaitan dengan bagaimana sebuah produk bekerja. Menurut Preece, J.; Rogers, Y., & Sharp, H. (2002) dalam bukunya yang berjudul Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, desain interaksi adalah segala aktivitas merancang atau mendesain produk interaktif untuk mendukung atau mempermudah semua orang dalam kehidupan sehari-hari mereka. Saffer (2007) juga menambahkan bahwa desain interaksi adalah sebuah seni yang memfasilitasi interaksi antara manusia dengan sebuah produk dan jasa. Saffer membagi desain interaksi menjadi berbagai 3 macam cabang, yaitu: (1) desain interaksi sebagai seni, (2) desain interaksi sebagai seni terapan, dan (3) desain interaksi sebagai produk atau jasa.

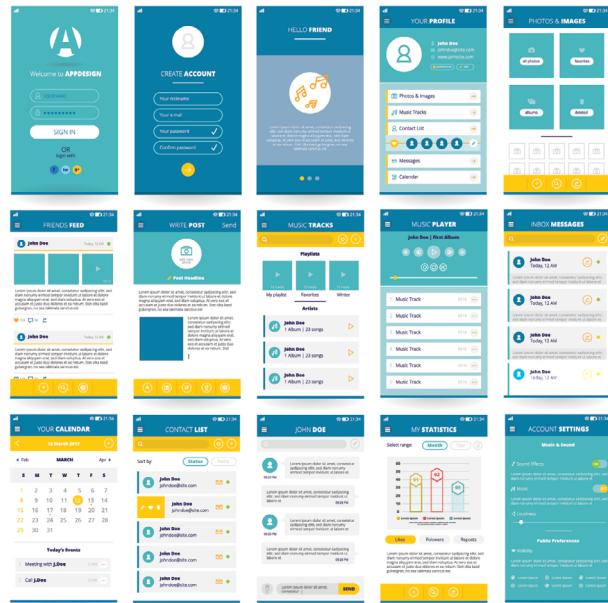


Desain interaksi sebagai disiplin ilmu menurut Saffer

DESAIN ANTAR MUKA

Produk dari desain interaksi yaitu desain antar muka (interface). Desain antar muka erat kaitannya dengan desain website. Hampir semua produk teknologi pasti mempertimbangkan antar muka sebagai komponen penting. Desain antar muka adalah tentang bagaimana seseorang dapat terlibat dengan perangkat teknologi yang ia gunakan dan bagaimana perangkat teknologi tersebut menjalankan perintah yang disuruh oleh pengguna (Preece, J.; Rogers, Y., & Sharp, H., 2002). Tanpa desain antar muka seseorang tidak dapat berkomunikasi dengan perangkat teknologinya. Dengan kata lain, jika desain antar

muka dikaitkan dengan desain website adalah dimana perintah fungsional yang tidak terlihat dari sebuah perangkat teknologi dibuat menjadi terlihat dan dapat diakses maupun digunakan oleh pengguna. Desain antar muka memiliki makna yang luas, komponen-komponen yang menyusun desain antar muka akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.



Beberapa contoh desain antar muka

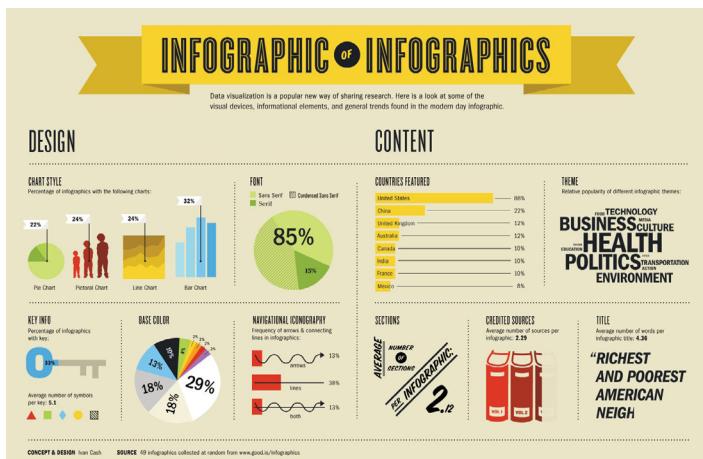
Desain antar muka adalah dimana dan bagaimana sebuah fitur, kontrol, dan konten diletakkan. Desain antar muka memberikan struktur pada elemen-elemen desain lainnya agar dapat tertata rapi. Khususnya pada website yang memuat banyak konten, baik gambar maupun teks. Pada website berita contohnya, pengguna dapat mengetahui konten yang penting dan yang kurang penting. Dengan desain antar muka, menu yang penting dan sering diakses pengguna dapat dengan sengaja ditampilkan, sebaliknya menu yang jarang digunakan diletakkan tersembunyi pada side bars menu atau drop-down.

Informasi atau konten yang diletakkan sembarangan atau secara acak akan membingungkan pengguna saat mengakses website. Garcia dan Stark dalam Rustan (2007) membahas mengenai penggunaan alur visual (visual flow), contohnya seperti di wilayah-wilayah pengguna bahasa dan tulisan latin, orang-orang biasanya membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Oleh karena itu urutan konten atau alur pembacaan sebaiknya diletakkan dan didesain berdasarkan kecenderungan tersebut. Peletakan konten jelas akan berbeda dengan wilayah-wilayah yang bukan pengguna bahasa latin, seperti Jepang, Korea, Tiongkok, Arab Saudi, dan lain-lain. Sebuah elemen desain yang diletakkan secara horizontal atau vertikal dapat membuat tampilan menjadi terlihat rapi.

ELEMEN DESAIN ANTAR MUKA GAMBAR

Gambar merupakan elemen penting untuk menarik perhatian pengguna ketika membuka sebuah website. Gambar meliputi foto dan ilustrasi yang mewakili isi konten website. Foto adalah gambar diam baik berwarna maupun hitam-putih, yang dihasilkan oleh kamera yang merekam suatu objek atau kejadian atau keadaaan pada suatu waktu tertentu. Sedangkan ilustrasi yaitu hasil visualisasi dengan teknik gambar manual atau elektronik, lukisan, atau teknik seni rupa lainnya. Ilustrasi biasanya digunakan untuk menggambarkan kejadian yang tidak bisa terwakili oleh foto. Pada website misalnya, sebuah foto atau ilustrasi yang mewakili dapat membuat pembaca lebih memahami isi konten yang disampaikan. Kesesuaian

gambar terhadap konten website membuat pembaca percaya bahwa isi konten website tersebut benar.

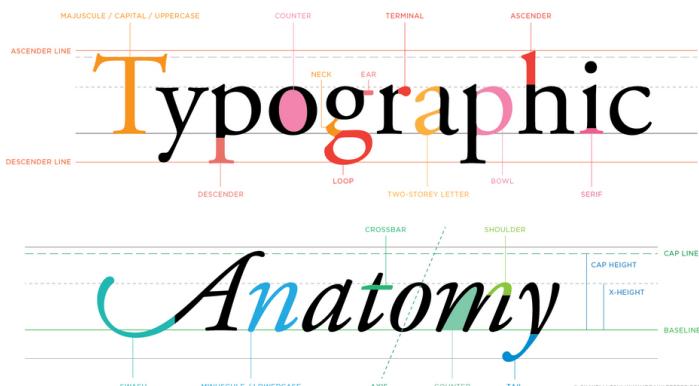


Foto, ilustrasi, infografis, icon, dan grafik termasuk juga dalam kategori gambar

Gambar yang disajikan hendaknya merepresentasikan isi konten website. Gambar merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat daripada website hanya berisi teks. Hanya dengan melihat sebuah gambar, pembaca akan cepat mengetahui bahasan mengenai konten website tersebut. Namun, terlalu banyak gambar juga dapat membingungkan dan mengganggu konsentrasi pengguna. Selain itu, bagi penulis konten website terdapat beberapa istilah yang tidak bisa dijabarkan dengan teks. Sehingga dengan menggunakan gambar, pengguna menjadi lebih memahami website. Gambar dapat mewakili sebuah pesan yang ingin disampaikan perancang website atau penulis konten kepada pengguna. Gambar merupakan pelengkap untuk mendukung teks pada sebuah website. Akan tetapi gambar yang berdiri sendiri tanpa adanya teks yang mendukung hanyalah sebuah gambar yang biasa dan tidak ada artinya.

TIPOGRAFI

Banyak desainer menganggap tipografi tidak mempunyai peran penting dalam mendesain sebuah antar muka. Tidak hanya membuat sebuah informasi mudah dibaca oleh pengguna, tipografi juga membuat teks pada website menjadi jelas. Tipografi meliputi kegiatan memilih huruf, menentukan ukuran yang tepat, dan bagaimana sebuah teks dapat terbaca oleh pengguna dengan mudah. Jenis huruf (font) dapat dikategorikan menjadi dua yaitu serif dan sans-serif.



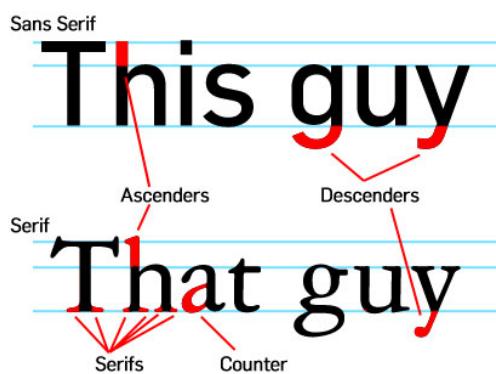
Istilah-istilah dalam tipografi

Serif memiliki ciri khas berkaki, seperti Times New Roman, Garamond, Bodoni, Playfair, dan lain-lain. Serif membuat sebuah huruf menjadi khusus dan berbeda dengan huruf lainnya, sehingga otak lebih mudah mengenali setiap huruf, misal huruf A dengan angka 4, huruf O dengan angka 0, huruf m dengan huruf n, huruf B dengan angka 8, dan sebagainya. Serif mempunyai keunggulan mudah untuk dibaca, biasanya digunakan pada tulisan yang menggunakan teks banyak, contohnya adalah media cetak seperti buku, surat kabar, dan majalah.



Serif berkaki sedangkan sans-serif sebaliknya

Sedangkan sans-serif memiliki ciri khas mempunyai sedikit detail dan tidak berkaki. Contoh jenis huruf sans-serif yang terkenal adalah Arial, Tahoma, Calibri, Helvetica, Montserrat, dan lain-lain. Sans-serif biasanya digunakan pada tulisan yang menggunakan teks sedikit dengan tujuan untuk dapat dibaca secara cepat. Sans-serif sejak awal diciptakan memang dikhawasukan untuk penggunaan pada layar komputer agar terlihat lebih jelas ketika dibaca, sehingga sering digunakan pada desain antar muka baik pada website, aplikasi-aplikasi pada komputer dan smartphone.



Perbedaan jenis huruf sans-serif dengan serif

Pada website, font dapat diterapkan pada konten website seperti isi teks, label tombol, menu, maupun teks yang berisi instruksi kepada pengguna. Selain itu, font yang memiliki lebar sedang sangat cocok diterapkan pada hampir semua desain. Sedangkan font yang terlalu tebal atau terlalu tipis sebaiknya tidak digunakan karena dapat membingungkan pengguna, membuat antar huruf terlihat saling berdempatan, dan membuat mata pengguna menjadi cepat lelah apabila teks terlalu banyak.



Font yang diterapkan pada tombol download

Sebenarnya tidak ada aturan yang pasti bahwa font yang berjenis serif hanya boleh digunakan pada media cetak saja, atau font yang berjenis sans-serif hanya boleh digunakan pada media elektronik atau layar monitor. Contohnya seperti website berita The New York Times yang bersikukuh menggunakan font serif, yang dimana hampir semua pesaingnya menggunakan font sans-serif dengan alasan keterbaruan atau agar terlihat lebih modern mengikuti perkembangan zaman. Website berita The New York Times justru sebaliknya, mereka berpendapat bahwa tidak ingin mengubah pengalaman pembacanya ketika beralih membaca dari versi cetak ke versi online. Pengguna akan tetap merasakan pengalaman seperti membaca pada surat kabar, hanya saja media untuk menampilkan saja yang berubah yaitu pada layar monitor. Penggunaan font dibebaskan selama tidak bertentangan dengan fungsi utamanya yaitu membuat informasi pada website mudah dibaca dan jelas oleh pengguna.

Aturan-aturan yang dipakai dalam memilih tipografi disebut juga sebagai typography guidelines. Secara umum, desainer harus menghindari penggunaan jenis-jenis dan ukuran jenis huruf yang beragam. Akan lebih baik jika desainer menggunakan jenis dan ukuran jenis huruf yang lebih sedikit dan seragam, daripada menggunakan jenis dan ukuran jenis huruf yang banyak yang dapat membuat pengguna menjadi tidak fokus pada konten website. Ukuran huruf menentukan kenyamanan pengguna ketika membaca konten website. Jika menggunakan ukuran huruf di bawah 6 poin maka pengguna biasanya akan kesulitan membaca teks yang disajikan karena terlalu kecil. Jika di atas 14 poin maka konten yang ditampilkan akan terlalu besar dan dapat menyita banyak tempat apabila teksnya terlalu panjang.

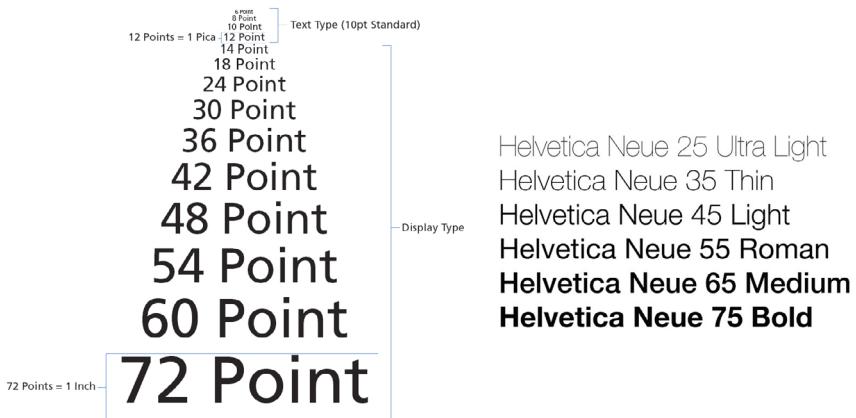
Walaupun ukuran layar berbeda-beda, namun ukuran huruf ideal yang biasa digunakan adalah 14-10 poin untuk komputer dan 6-10 poin untuk smartphone. Ukuran huruf ideal tersebut bisa saja berbeda, tergantung pada bagian teks mana yang akan diterapkan. Misalnya pada konten website yang menampilkan pengumuman penting, perancang website tidak masalah jika menggunakan ukuran huruf 20 sebagai judul (headline), dan ukuran huruf 16 sebagai isi (bodytext) karena dengan pertimbangan agar pengguna ketika mengakses website tersebut hal yang pertama kali pengguna lakukan adalah membaca pengumuman tersebut. Sekali lagi tidak ada aturan yang pasti, selama fungsi-fungsi mendasar terpenuhi dan tidak mengganggu pengguna pada saat membaca konten pada website tersebut.

Legibility

is how well you
see the letters.

Readability

is how easily you read the words, as in long passages of text. There are very different requirements in each case, depending on the visibility of the text and the level of experience of the reader.

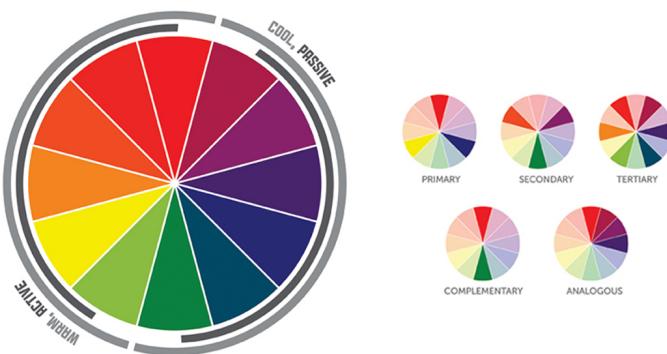


Beberapa contoh typography guidelines

Selain pemilihan huruf dan ukurannya, paragraf pada website juga perlu diatur agar pembaca merasa nyaman saat membaca. Paragraf terbagi menjadi empat macam, yaitu rata kiri, rata kanan, rata tengah, dan rata kiri-kanan. Setiap paragraf mempunyai fungsi yang berbeda-beda pula. Teks rata kiri mempunyai fungsi untuk lebih mudah dibaca pengguna. Rata kanan-kiri biasanya digunakan untuk teks yang panjang terlihat lebih rapi dan tertata. Sedangkan rata kanan dan rata tengah hanya digunakan untuk teks yang sedikit.

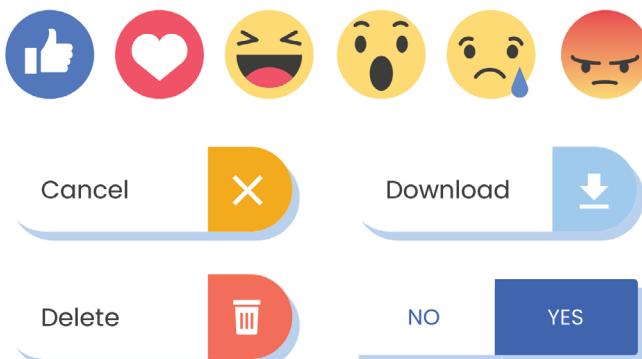
WARNA

Setiap warna yang digunakan ketika mendesain antar muka sebuah website memiliki fungsi dan makna yang berbeda-beda. Pemilihan warna tergantung pada konsep awal perancangan website. Sebelum memilih warna, umumnya perancang website membuat pertanyaan diawal seperti “apa tujuan awal website ini dibuat” atau “siapa target audiens ketika website selesai.” Contohnya seperti website yang ditujukan untuk perusahaan yang bergerak dibidang makanan, maka pemilihan yang cocok adalah warna-warna hangat seperti merah, jingga, dan kuning. Secara psikologi warna merah dapat menimbulkan kesan emosi, gairah, dan keinginan yang besar, sedangkan jingga dan kuning dapat membuat seseorang merasa lapar. Jika pemilihan warna tepat maka warna dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap website. Contoh lain seperti website produk Apple yang selalu menampilkan warna monokrom hitam dan putih untuk membentuk persepsi kepada calon pembeli bahwa produknya adalah produk yang elegan dan berkualitas tinggi.



Roda warna (color wheel) yang memiliki dampak psikologis berbeda-beda

Warna dapat digunakan untuk membangun satu kesatuan tema (unity) pada website dan dapat juga digunakan sebagai penanda pada konten website yang penting dan yang tidak penting. Warna merah contohnya, jika digunakan pada tombol mempunyai arti berhenti (stop) dan jika digunakan pada typeface di website berita mempunyai arti bahwa konten website tersebut merupakan berita yang populer.

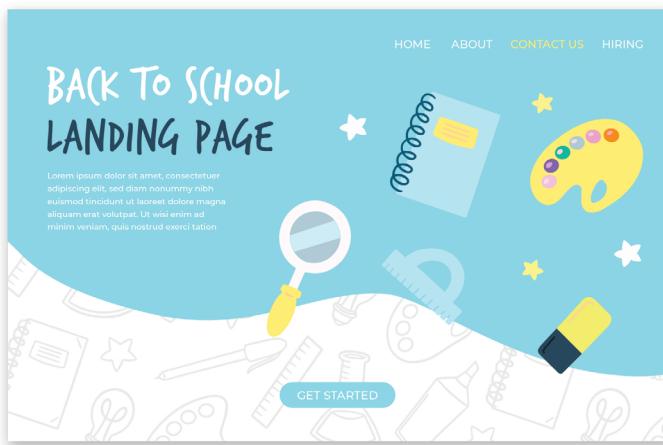


Penerapan warna pada emoticon dan tombol sebagai pembeda

Pada penggunaan yang lebih luas, warna dapat mewakili sebuah identitas perusahaan website. Seperti website sosial media Facebook yang selalu menggunakan warna biru sebagai identitas websitenya. Pengguna akan merasa bingung apabila website yang biasa ia kunjungi mengubah keseluruhan warna website menjadi warna yang berbeda pada setiap halamannya. Bayangkan jika website Youtube diubah dengan warna hijau yang dominan, pasti pengguna akan bertanya-tanya apakah ia salah ketik alamat website atau mengira bahwa website tersebut palsu dan berakibat kepada hilangnya kepercayaan pada website yang dikunjungi.

TATA LETAK

Tata letak (layout) sangat berpengaruh untuk menentukan baik atau tidaknya sebuah website. Tata letak berfungsi sebagai pengatur dalam penempatan elemen-elemen desain pada website agar pengguna tidak bingung ketika mencari informasi. Seperti iklan pada website, bagi pengguna dapat sangat mengganggu, namun bagi pemilik website semakin banyak iklan justru semakin banyak keuntungan yang diperoleh. Maka dari itu tata letak memiliki peranan penting dalam penyusunan setiap konten pada website.



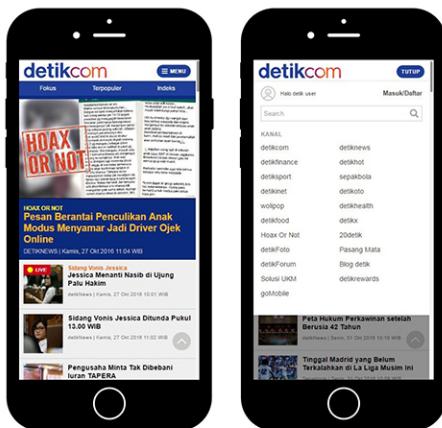
Tata letak pada landing page website

Pada website berita misalnya, tata letak meliputi penyusunan judul berita dan isi berita, penempatan kategori rubrik, penempatan gambar dan teks, serta penempatan fasilitas pencarian. Tata letak yang teratur dapat menciptakan flow pada pengguna, yaitu alur ketika membuka sebuah website. Flow meliputi kegiatan dari pertama ia menuliskan alamat website,

memilih konten, hingga ia mendapatkan informasi yang hendak ia cari. Lynch dan Horton (2008) membagi struktur tata letak pada website menjadi tiga, yaitu:

1. Page Header

Page header terletak pada bagian atas website. Page header diibaratkan sebuah ringkasan dari keseluruhan website, tetapi dibuat dalam ruang yang terbatas. Page header biasanya digunakan untuk memberikan identitas seperti logo atau nama website. Identitas pada page header memiliki peran yang penting agar pengguna mengenali website yang hendak ia akses. Apabila pengguna melihat logo yang berbeda, maka pengguna akan mengira ia telah mengakses website lain. Selain itu, tombol menu dan primary actions juga dapat ditemukan pada page header untuk memberikan kemudahan navigasi pada pengguna untuk berpindah ke halaman-halaman lainnya. Contohnya seperti ikon tiga garis/titik horizontal yang berarti menu, ikon kaca pembesar sebagai fasilitas pencarian, dan pilihan menu utama yang diletakkan berjejer seperti home, category, about, dan lain-lain.



Header dan menu pada website detik mobile

2. Content Area

Content Area memiliki bagian yang paling luas dibandingkan dengan bagian page header dan page footer. Pada bagian ini semua konten pada website diletakkan. Content area terdiri dari empat elemen tata letak, yaitu (1) page titles, (2) jump-to-top links, (3) paging navigation, (4) dates.



Content area pada website detik mobile

Page titles berguna untuk memuat judul halaman atau menyiratkan secara pendek isi dari keseluruhan halaman website. Page title dituliskan dengan ukuran huruf yang berbeda dari ukuran huruf lainnya, biasanya dengan ukuran huruf yang besar atau dengan cetak tebal. Jump-to-top links adalah fasilitas untuk menggeser halaman ke atas secara otomatis. Kadang pengguna malas untuk menggunakan tombol geser pada mouse atau menggerakkan jari pada smartphone. Dengan adanya jump-to-top links maka akan mempermudah pengguna untuk berpindah ke halaman atas secara otomatis. Paging navigation adalah fasilitas untuk berpindah ke halaman yang diinginkan dengan hanya mengakses satu tombol atau daftar link yang tersedia pada sisi website.

Selain itu paging navigation juga berguna untuk menginformasikan kepada pengguna halaman yang sedang ia akses. Paging navigation biasanya terdapat pada website yang menyediakan halaman-halaman yang banyak untuk dibaca. Sedangkan dates berguna untuk memberi tahu kepada pengguna tanggal konten tersebut diterbitkan.

3. Page Footer

Page footer memuat segala sesuatu yang berhubungan dengan website, seperti informasi website, pernyataan hak cipta, kontak perusahaan, website yang terkait, dan lain-lain. Elemen tersebut penting dan wajib ada pada sebuah website, namun bukan berarti harus diletakkan pada bagian mencolok, cukup meletakkannya pada bagian paling bawah website.



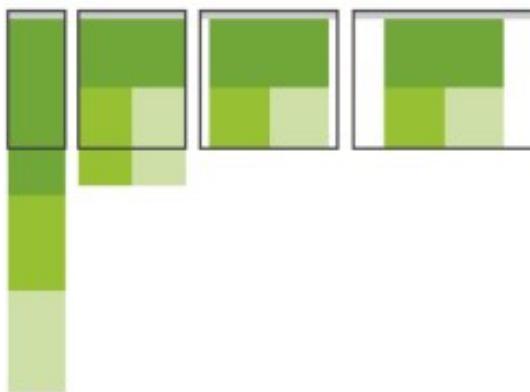
Page footer pada website detik mobile

Kesalahan perancang website yaitu adalah menganggap semua konten penting dan harus ditampilkan semuanya pada halaman utama website. Padahal dengan seperti itu justru membuat konten pada website menjadi berantakan dan menyulitkan pengguna ketika mengaksesnya. Sistem grid membantu perancang website untuk mengorganisasi

sebuah informasi menjadi sebuah pola yang jelas, menempatkan gambar, menyusun tombol perintah, membuat ruang kosong antar konten (whitespace), memisahkan baris dan kolom, dan lain-lain. Semuanya dilakukan untuk membuat pengguna merasa nyaman dan tidak bingung ketika mencari informasi pada website yang ia tuju. Untuk itu, seorang perancang website harus mampu mengelola halaman website sedemikian rupa agar pengguna tetap merasa nyaman walaupun disisipkan beberapa iklan pada halaman website tersebut. Wroblewski (2012:1) menjelaskan ada beberapa sistem grid yang dapat di adaptasi untuk berbagai macam perangkat yaitu:

1. Mostly Fluid

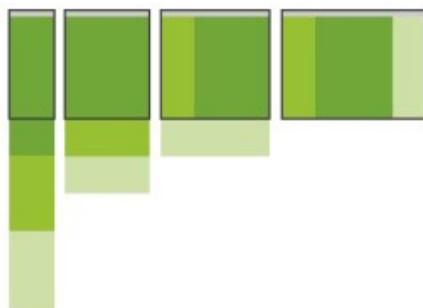
Mostly fluid merupakan sistem grid paling populer dan sederhana karena tata letak disusun berdasarkan ukuran margin mulai dari ukuran layar besar hingga layar kecil. Sistem grid ini dinamakan mostly fluid karena struktur inti dari tata letak website tidak berubah sampai ke layar yang mempunyai lebar paling kecil sekalipun. Salah satu kelebihan dari sistem grid ini adalah hanya membutuhkan satu breakpoint antara layar kecil dan besar.



Sistem grid mostly fluid

2. Column Drop

Sistem grid column drop mirip dengan mostly fluid, yang membedakan hanya susunan konten yang tidak fleksibel. Pada sistem grid ini blok dari susunan kolom yang lebih besar dapat beradaptasi dengan breakpoint. Dengan demikian sistem grid column drop memerlukan lebih banyak breakpoint. Pada ukuran layar smartphone, tata letak secara keseluruhan akan tersusun kebawah secara vertikal.



Sistem grid column drop

3. Layout Shifter

Sistem grid layout shifter merupakan pola yang paling bisa beradaptasi diukuran layar yang berbeda. Ada banyak perubahan susunan kolom pada banyak breakpoint, hal ini membuat sistem grid ini menjadi sangat inovatif. Sistem grid ini lebih berfokus pada penataan ulang kolom dibandingkan konten.



Sistem grid column drop

4. Off Canvas

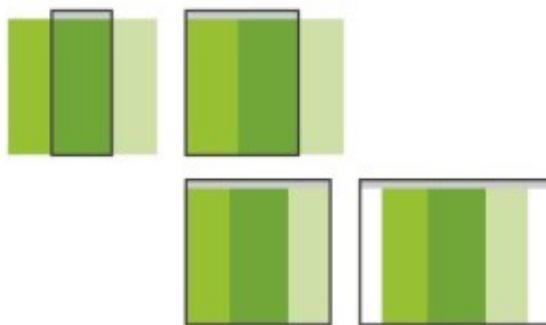
Sistem grid off canvas berbeda dengan pola lainnya, sistem grid ini tidak menyusun kolom secara vertikal, melainkan horizontal. Kolom yang disusun akan bergeser ke bagian samping layar, dan kolom dipindahkan ke tempat yang tidak terlihat. Dalam sistem grid ini akan menyembunyikan konten bila layar tidak cukup lebar untuk menampung keseluruhan konten. Konten yang tersembunyi tersebut masih dapat diakses dengan menyentuh tombol tertentu.



Sistem grid off canvas

5. Tiny Tweaks

Tiny tweaks tidak memiliki banyak perubahan signifikan dari keseluruhan layout. Pada sistem grid ini tata letak hanya terdiri dari satu kolom.



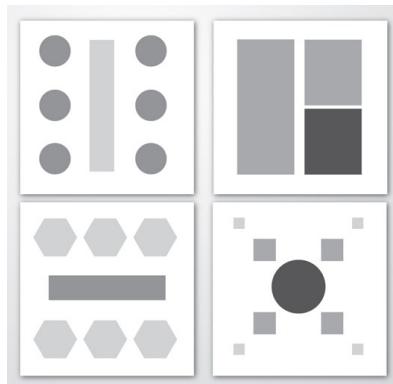
Sistem grid tiny tweaks

PRINSIP DESAIN DALAM MERANCANG WEBSITE

Banyak hal yang perlu diperhatikan apabila hendak mendesain sebuah website. Prinsip-prinsip dalam karya seni dan desain dapat digunakan dalam mendesain sebuah website. Sklar (2015) membagi prinsip tersebut menjadi empat, yaitu:

1. Prinsip Keseimbangan

Sebuah website dapat dikatakan ideal jika terjadi keseimbangan diantara objek-objek tampilan visualnya. Keseimbangan ini terjadi karena berupa hasil susunan satu atau lebih elemen website sehingga terjadi satu-satuan dengan bobot yang sama. Keseimbangan juga tercipta dari kekontrasan dengan mempertimbangkan bobot visual dari setiap elemennya. Jika kekontrasan antar elemen terlalu besar, maka keserasian dan keseimbangan akan hilang. Bentuk dari prinsip keseimbangan diwakili pada tiga bentuk keseimbangan yaitu keseimbangan simetris, keseimbangan asimetris, dan keseimbangan radial.



Prinsip keseimbangan simetris, asimetris, dan radial

2. Prinsip Kontras

Prinsip kontras bekerja dengan membandingkan dua buah objek yang berbeda baik secara bentuk, ukuran, ataupun warna sehingga berkesan menonjol dan menarik perhatian. Terlalu banyak objek visual pada website dapat membuat informasi penting menjadi tidak terlihat. Dengan menggunakan prinsip kontras, informasi yang disajikan pada website dapat lebih tertata.



Prinsip kontras pada desain

3. Prinsip Konsistensi

Konsistensi diperlukan di dalam sebuah website karena membantu pengguna merasa nyaman dalam menjelajahi sebuah website. Perasaan nyaman ini muncul karena adanya keseragaman diantara satu halaman website dengan halaman website lainnya sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan navigasi.



Prinsip konsistensi pada desain

4. Prinsip Ruang Kosong

Ruang kosong atau ruang negatif menggambarkan suatu ruang atau jarak diantara elemen-elemen website. Keberadaan ruang kosong ini diperlukan karena dapat memberikan batasan pada elemen-elemen sekaligus menyatukannya menjadi sebuah satu-kesatuan. Ruang kosong disini berfungsi sebagai ruang untuk bernafas atau istirahat karena membantu mengarahkan mata pembaca dari satu titik ke titik yang lain sehingga seluruh isi website dapat dinikmati oleh penguna.

No white space applied

Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut varius nisi eu eros consectetur adipisci. Curabitur diam odio, facilisis vitae turpis eget, bibendum vehicula risus. Aliquam velit elit, sodales vitae cursus vitae, maximus quis massa. Ut vitae blandit lacus. Cras eu fermentum du, Nam sollicitudin nisi vel justo lobortis imperdiet. Donec id tempus augue. In nec purus a tellus sagittis semper at eget tortor.

Passive white space applied

Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut varius nisi eu eros consectetur, eu efficitur orci tristique. Curabitur diam odio, facilisis vitae turpis eget, bibendum vehicula risus. Aliquam velit elit, sodales vitae cursus vitae, maximus quis massa.
Ut vitae blandit lacus. Cras eu fermentum du, Nam sollicitudin nisi vel justo lobortis imperdiet. Donec id tempus augue. In nec purus a tellus sagittis semper at eget tortor.
In consectetur laoreet magna at tincidunt. Vivamus nunc est, lobortis at nisi sit semper mollis.

Passive & active white space applied

Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci. Curabitur diam odio, facilisis vitae turpis eget, bibendum vehicula risus. Aliquam velit elit, sodales vitae cursus vitae, maximus quis massa.

Aliquam
lobortis sem
id orci portti-
tor, sit amet
rhoncus nibh
vulputate.

"Ut vitae blandit lacus. Cras eu fermentum du, Nam sollicitudin nisi vel justo lobortis imperdiet. "

Donec id tempus augue. In nec purus a tellus sagittis semper at eget tortor.
In consectetur laoreet magna at tincidunt. Vivamus nunc est, lobortis at nisi sit semper mollis.

Prinsip ruang kosong pada desain

BAB III

STRATEGI DAN EVALUASI WEBSITE

Sebuah website dapat dikatakan berhasil apabila memenuhi tujuan awal website tersebut dibuat, memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi, dan membuat nyaman pengguna secara visual ketika mereka mengaksesnya. Banyak website yang serupa ketika kita mengetikkannya di mesin pencarian website. Jika dalam beberapa menit pengguna tidak menemukan yang ia cari, maka ia akan menutup website tersebut dan akan mencari di website lain. Pengguna tidak mau bersusah payah dan meluangkan waktunya untuk mencari informasi pada satu website saja. Bayangkan jika hal tersebut terjadi pada website yang Anda buat, maka akan berpengaruh dengan jumlah kunjungan pengguna setiap harinya.

Banyak alasan yang menyebabkan gagalnya sebuah website, namun semua itu dapat dihindari dengan riset awal sebelum merancang sebuah website. Namun, jika sudah terlanjur dibuat maka evaluasi bisa dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi, sehingga website yang mulanya tidak efektif kemudian bisa ditingkatkan kualitasnya. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai strategi dan evaluasi website dalam perspektif desain dari langkah awal hingga akhir perancangan.

PERSIAPAN AWAL

MEMBUAT KONSEP

Langkah yang pertama kali dilakukan adalah membuat konsep awal website. Jika website adalah permintaan dari klien, maka Anda sebagai perancang harus menggali apa saja yang klien inginkan. Menyamakan persepsi merupakan suatu hal yang wajib dicapai oleh perancang dengan klien. Tidak jarang klien adalah seseorang yang awam terhadap teknologi. Perancang harus menjelaskannya dengan bahasa yang mudah dipahami, hindari menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh klien. Buat daftar apa saja yang diinginkan oleh klien, apabila klien meminta sesuatu yang sulit direalisasikan, perancang harus segera memberitahu dan memberikan solusi alternatif. Jika perlu perancang dapat menggambarkan sketsa pada kertas untuk meyakinkan kesamaan persepsi dengan klien.

Berikutnya tanyakan kepada klien tujuan awal website dibuat, jangan sampai terbuang sia-sia waktu, tenaga, dan materi gara-gara website tidak sesuai dengan permintaan klien. Jika klien meminta untuk dibuatkan website tiket online maka perancang harus tetap fokus dengan tujuan awal yaitu penjualan dan pembelian tiket. Jangan memberikan saran untuk menambah fitur-fitur yang tidak perlu, misal dengan memberikan fasilitas pembelian token listrik. Tidak ada hubungannya website tiket online dengan pembelian token listrik, walaupun terlihat baik dimata klien dan kaya akan fitur-fitur, namun hal ini justru dapat menjadi kendala ketika website tersebut diluncurkan. Lebih baik membuat website yang berbeda daripada menggabungkan semua fitur pada satu website. Tanyakan juga kepada klien target audiens atau target marketing dari website tersebut. Hal ini dapat membantu mengerucutkan konsep website yang dibuat.

FOCUS GROUP DISCUSSION

Focus Group Discussion (FGD) adalah diskusi kelompok terarah sebagai metode pengumpulan data secara kualitatif. Dalam perancangan sebuah website, FGD memiliki kelebihan dan peluang bagi perancang untuk menyamakan persepsi, mencari permasalahan, mencari solusi, dan berbagi pengalaman yang dimiliki oleh pesertanya. FGD dapat dilakukan secara formal maupun informal, tergantung situasi dan kondisi yang diperlukan oleh perancang.

Biasanya jumlah peserta FGD bervariasi antara 3-12 orang dan dipandu oleh moderator. Peserta biasanya adalah semua orang yang terlibat dalam proses alur

website (stakeholder). Misalnya website pariwisata pemerintah, maka peserta yang dapat diikutsertakan adalah peserta yang memiliki peran penting, seperti: (1) perancang website, (2) desainer website, (3) pemerintah, (4) komunitas lokal, (5) turis dalam negeri dan turis mancanegara, (6) pengusaha travel dan penginapan, (7) blogger/youtuber, dan lain-lain. Dengan mengumpulkan peserta FGD tersebut, baik yang memiliki dampak secara langsung ataupun tidak langsung, maka perancang dapat mendiskusikan, memetakan fitur-fitur utama apa saja yang perlu ditampilkan pada setiap halaman website, dan menentukan prioritas terhadap permasalahan yang kemungkinan akan terjadi. FGD ini sifatnya opsional, namun lebih baik dilakukan agar meminimalisasi kegagalan bagi pengembangan website ke depannya.

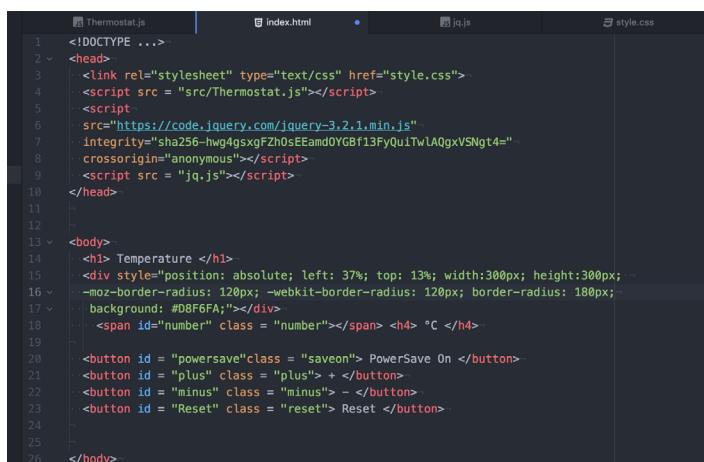
PERANCANGAN

Seiring perkembangan teknologi, website telah berkembang menjadi lebih kompleks. Hal ini menyebabkan pekerjaan perancang website juga menjadi lebih spesifik dan terspesialisasi. Artinya seorang perancang tidak harus melakukan keseluruhan proses pembuatan website dari awal hingga akhir, akan tetapi hanya fokus pada beberapa bagian tertentu saja, misalnya salah satu bahasa pemrograman, framework, desain, atau bagian teknikal lainnya. Sehingga tak heran jika tim perancangan biasanya terdiri dari beberapa orang yang masing-masing anggotanya memiliki kemampuan yang spesifik.

FRONT-END

Bagian front-end dari perancangan sebuah website adalah bagian yang langsung dilihat oleh pengguna. Pengguna bisa langsung berinteraksi pada bagian ini. Bagian ini dibangun menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript.

HTML (HyperText Markup Languange) adalah tulang punggung dari website. Semua website yang diakses oleh pengguna dibuat menggunakan HTML. HTML menentukan struktur dan konten website. Sedangkan CSS (Cascading Style Sheets) adalah bahasa pemrograman yang mengontrol tampilan HTML pada halaman website. CSS menentukan warna, font, gambar background, dan bahkan bagaimana tampilan keseluruhan website. Berikutnya adalah JavaScript yang dapat membuat website menjadi interaktif dengan animasi yang lebih kompleks. JavaScript sendiri juga telah mengalami banyak kemajuan dengan bertambahnya framework seperti Angulars, jQuery, dan Node.js.

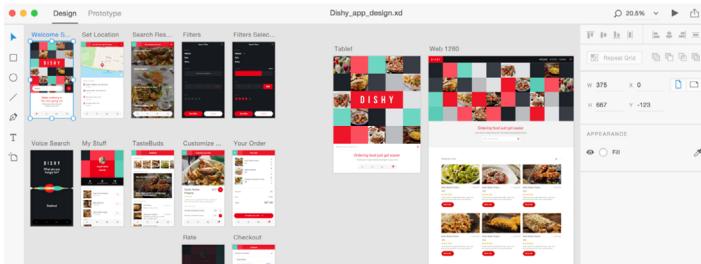


The screenshot shows a code editor with four tabs: Thermostat.js, index.html, jq.js, and style.css. The index.html tab is active and displays the following HTML code:

```
<!DOCTYPE ... >
<head>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css">
<script src = "src/Thermostat.js"></script>
<script src="https://code.jquery.com/jquery-3.2.1.min.js" integrity="sha256-hwg4gsxgFZ0sEEndYGB1f3FyVUjE2EADeDUQJcavdE=" crossorigin="anonymous"></script>
<script src = "jq.js"></script>
</head>
<body>
<h1> Temperature </h1>
<div style="position: absolute; left: 37%; top: 13%; width:300px; height:300px; -moz-border-radius: 120px; -webkit-border-radius: 120px; border-radius: 180px; background: #D8F6FA;"></div>
<span id="number" class = "number"></span> <h4> °C </h4>
<button id = "powersave" class = "saveon"> PowerSave On </button>
<button id = "plus" class = "plus"> + </button>
<button id = "minus" class = "minus"> - </button>
<button id = "Reset" class = "reset"> Reset </button>
</body>
```

Contoh bahasa pemprograman HTML

Selain bahasa pemrograman, perancang website bagian front-end juga memiliki nilai tambah jika memahami desain agar dapat memoles tampilan menjadi terlihat menarik. Software yang biasanya dipakai oleh desainer front-end adalah Adobe XD, Sketch, dan Figma.



Contoh mendesain tampilan website pada Adobe XD

BACK-END

Bagian back-end adalah perancang belakang layar dari sebuah website. Bahasa pemrograman untuk back-end biasanya adalah PHP, Ruby, Python, dan lain-lain. Ada banyak hal yang tidak bisa dilakukan oleh JavaScript, namun dapat dilakukan oleh bahasa pemrograman back-end. Kebanyakan sistem manajemen konten yang dibangun melalui back-end untuk menemukan solusi dari berbagai masalah dalam pengembangan sebuah website.

A screenshot of a code editor window titled 'index.php'. The code is written in PHP and displays a simple 'Hello World' message. The code is as follows:

```
1 <html>
2
3 <head>
4 <title>Hello World</title>
5 </head>
6 <body>
7
8 <?php
9
10    $name = "Bob!";
11
12    echo "Hello " . $name . "<br>" . hw_DocByAnchorObj . hw_GetSrcByDestObj
13
```

The code editor has syntax highlighting for PHP and HTML.

Contoh bahasa pemrograman PHP

EVALUASI

Setelah melalui proses tahap awal pembuatan konsep dan perancangan, tahap terakhir adalah evaluasi.

Pada tahap ini website sudah selesai dibuat dan siap diluncurkan ke publik, atau bisa juga website sudah ada namun perlu penyesuaian dan masukan dari berbagai pihak atau pengguna. Jika hasil evaluasinya mengubah konsep keseluruhan website biasanya disebut rebranding website. Namun jika evaluasinya hanya pada bagian tampilan atau desain saja maka disebut redesign website.

Banyak metode untuk mengevaluasi sebuah website, setiap metode menghasilkan evaluasi yang berbeda pula. Evaluasi dapat diterapkan dengan satu metode saja atau dengan menggabungkan dari berbagai metode untuk menghasilkan evaluasi yang lebih efektif.

Sebelum memulai evaluasi sebaiknya perancang membagi kategori berdasarkan pengalaman pengguna mengakses website tersebut. Terdapat empat kategori pengguna yaitu:

1. Pengguna Tetap

Pengguna tetap atau disebut juga sebagai pengguna yang rutin mengakses website. Walaupun terdapat banyak website yang serupa, pengguna tetap setia menggunakan website tersebut. Pengguna menganggap website ini sebagai website yang dapat dipercaya, kredibel, dan mempunyai informasi yang akurat. Pengguna tetap biasanya sudah familiar dengan tampilan dan letak konten pada website, sehingga cukup efektif untuk dimintai pendapat untuk perbaikan fitur-fitur dan evaluasi untuk perkembangan website selanjutnya.

2. Pengguna Tidak Tetap

Pengguna ini biasanya mempunyai beberapa preferensi dalam mengakses website dan tidak terpaku hanya pada satu website saja. Jika satu website tidak memenuhi kebutuhan informasinya maka ia akan berpindah ke website lain yang serupa. Pengguna tidak tetap memiliki banyak pengalaman karena sering mengakses website yang berbeda tampilan dan letak kontennya.

3. Bukan Pengguna

Pengguna ini tidak pernah mengakses website sama sekali. Walaupun bukan pengguna akan tetapi pendapatnya tetap dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk evaluasi sebuah website.

4. Pengguna Acak

Pengguna ini merupakan gabungan dari ketiga kategori pengguna yang dijelaskan di atas. Evaluasi dengan pengguna acak dapat memberikan pendapat mengenai website secara umum.

Jika pengguna sudah ditetapkan maka tahap selanjutnya adalah menentukan standar alat atau software yang digunakan dalam menguji website, mulai dari merek alat, ukuran layar, software penjelajah website, dan sebagainya. Apabila standar alat yang digunakan untuk menguji berbeda pada setiap pengguna, besar kemungkinan hasil yang diperoleh juga akan berbeda.

Tahap berikutnya adalah memilih metode evaluasi dalam pengumpulan data website. Metode evaluasi dapat digunakan satu atau lebih tergantung kebutuhan perancang website. Berikut adalah metode evaluasi yang sering dijadikan perancang website sebagai acuan pengembangan website selanjutnya:

USABILITY TESTING

Usability testing merupakan metode yang paling populer untuk mengetahui apakah pengguna dapat dengan mudah menggunakan website, seberapa efisien dan efektif sebuah website dapat membantu pengguna untuk mencapai tujuannya dan apakah pengguna puas dengan website yang diakses. Usability testing berkaitan dengan kualitas dari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna pada saat menggunakan website. Menurut Nielsen terdapat sepuluh aspek yang dapat digunakan untuk usability testing yaitu:

1. **Visibilitas Sistem Status**

Sebuah website yang baik harus selalu menginformasikan segala sesuatu yang terjadi kepada pengguna. Misal pada website perbankan, pengguna menggunakan fasilitas transfer antar bank, maka visibilitas sistem status berkaitan dengan sejauh mana proses transaksi tersebut dan dapat dilihat oleh pengguna. Jika proses transaksi transfer selesai, maka pengguna harus mengetahui bahwa statusnya sudah selesai. Begitupun sebaliknya jika gagal atau koneksi terputus, maka pengguna juga harus mengetahui bahwa proses transaksinya gagal.



Proses visibilitas sistem status pada website kontrak rumah

2. Kesamaan Sistem dengan Dunia Nyata

Perancang kadang menggunakan bahasa kompleks yang hanya dimengerti oleh orang-orang tertentu saja dan tidak dimengerti oleh pengguna yang awam dengan teknologi. Kesamaan sistem dengan dunia nyata disini berkaitan dengan bahasa dan istilah-istilah yang digunakan secara umum oleh semua pengguna website, baik itu orang tua, remaja, anak-anak, laki-laki atau perempuan. Jangan sampai website ditinggalkan gara-gara perancang menggunakan bahasa yang aneh dan tidak dimengerti oleh pengguna.

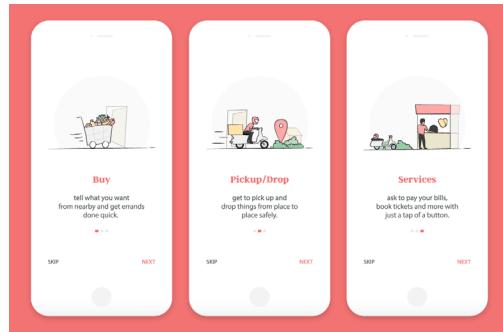
The screenshot shows a webpage from BlueCross BlueShield of North Carolina. At the top, there's a dark blue header with the logo and navigation links for 'Preventive Care', 'For Men', 'For Women', and 'For Children'. Below the header, a large image shows a female doctor with a stethoscope around her neck, smiling, and a patient looking at her. To the left of the image, the text reads 'PREVENTIVE CARE IS IMPORTANT TO YOUR HEALTH' and 'Health Benefits & Coverage'. Below this section, there are two main boxes: 'WHAT IS PREVENTIVE CARE?' and 'UNDERSTANDING YOUR PREVENTIVE CARE BENEFITS'. The 'WHAT IS PREVENTIVE CARE?' box contains a brief definition and a note: 'Don't let disease sneak up on you. Preventive care could save your life.' To the right of this box is a button labeled 'SUMMARY OF PREVENTIVE CARE SERVICES'. The 'UNDERSTANDING YOUR PREVENTIVE CARE BENEFITS' box contains a detailed paragraph about how preventive care is covered under the plan.

Website asuransi kesehatan yang menggunakan bahasa dan istilah yang mudah dipahami orang awam

3. Kebebasan Kontrol Pengguna

Kebebasan kontrol berkaitan dengan kebebasan pengguna memilih opsi dan fitur-fitur yang tersedia. Contohnya seperti website yang memuat artikel yang ingin dibaca oleh pengguna, kadang website tersebut mengharuskan pengguna untuk mendaftar agar dapat lanjut membaca. Tidak semua pengguna bersedia untuk mendaftarkan identitas pribadinya. Pengguna tidak diberi pilihan untuk melewatkannya (skip). Hal ini mengakibatkan pengguna frustasi dan berakhir dengan menutup website kemudian beralih ke website lainnya. Kebebasan kontrol pengguna juga bisa dikaitkan dengan peletakkan tombol, pengguna

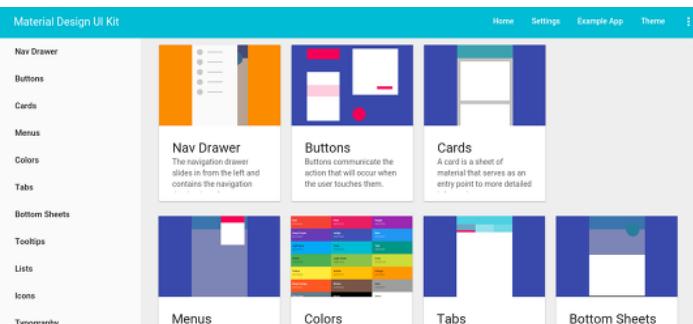
yang menggunakan smartphone akan lebih mudah meraih tombol apabila diletakkan di area bawah layar, dibandingkan meletakkan tombol pada bagian atas layar. Perancang harus memposisikan dirinya sebagai pengguna dan mengerti kebiasaan yang dilakukan mereka ketika mengakses sebuah website.



Contoh tombol skip pada saat on board aplikasi

4. Konsistensi dan Standarisasi

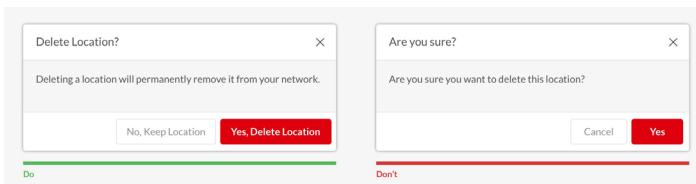
Konsistensi dapat diterapkan dari banyak hal seperti konsistensi penggunaan istilah-istilah, warna, ukuran dan jenis huruf, logo, letak tombol, tema dari keseluruhan halaman-halaman website, dan lain-lain. Sedangkan standarisasi yaitu website yang dirancang harus mengikuti standar yang berlaku, misalnya website dapat mengikuti standar World Wide Web Consortium (W3C) atau standar desain antar muka Google yaitu Google Material Design.



Panduan membuat Google Material Design

5. Pencegahan Terhadap Kesalahan Pengguna

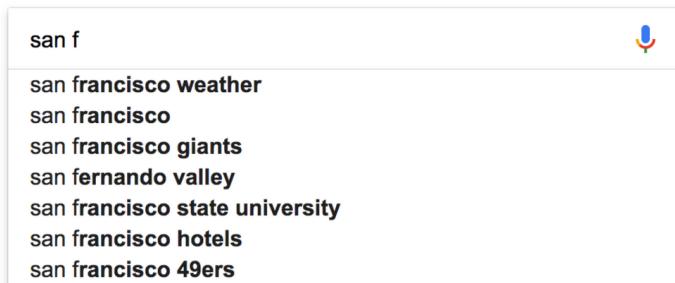
Lebih baik membuat website yang mencegah pengguna untuk melakukan kesalahan daripada memunculkan pesan error. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat kondisi pencegahan yang dilakukan pengguna dengan membuat pengguna untuk mengecek ulang, misalnya seperti memunculkan pesan konfirmasi ketika pengguna tidak mengisi semua form wajib pada saat pendaftaran akun.



Contoh pesan konfirmasi kepada pengguna

6. Pengingat Pengguna

Daripada memaksa pengguna untuk mengingat segala proses yang pernah dilakukan, lebih baik membuat pengguna untuk mengenali sistem tersebut dengan mudah. Pengguna dalam menjelajahi sistem atau website tentu pasti akan melewati beberapa halaman. Agar pengguna tidak kebingungan, maka rancangan website tersebut harus dapat membuat pengguna mengenali pola desain yang dibuat, sehingga mereka tetap bisa menggunakan website tanpa harus mengingat langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum atau setelahnya.



Fitur suggestion pada website Google

7. Fleksibilitas dan Efisiensi Pengguna

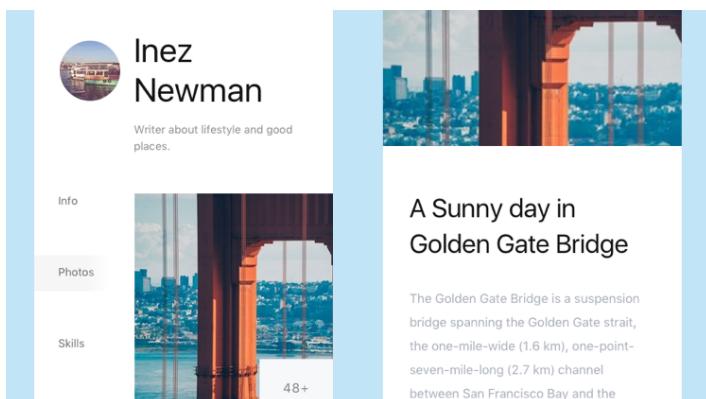
Aspek ini menekankan bahwa sebaiknya website memberikan fleksibilitas dan keefisiensi dalam penggunaan, seperti menyediakan shortcut dengan menggunakan keyboard, menambahkan fasilitas drag and drop ketika mengunggah dokumen, dan menyediakan pilihan fitur seperti scan barcode dengan menggunakan kamera smartphone.



Keyboard shortcuts dapat memudahkan pengguna

8. Estetika dan Desain Minimalis

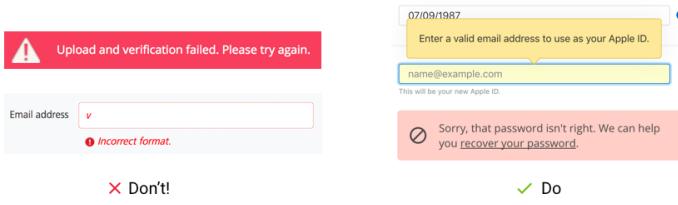
Tampilan menjadi hal yang menjadi pertimbangan untuk memudahkan pengguna ketika mengakses sebuah website. Tampilan yang rumit berdampak kepada pengalaman navigasi pengguna dan menghambat pengguna untuk mendapatkan informasi yang akan ia cari.



Desain minimalis membantu pengguna melihat dengan jelas konten pada website

9. Membantu Pengguna Untuk Menanggulangi Kesalahan

Hampir mirip dengan poin ke-5 pengingat pengguna, aspek ini lebih kepada membantu pengguna jika pesan error muncul dengan menuliskan beberapa teks atau kalimat singkat. Contohnya seperti saat pengguna mengisi form username dan password yang ternyata tidak sesuai dengan aturan, perancang dapat menambahkan informasi seperti username sudah pernah digunakan oleh orang lain, password berjumlah kurang dari 7 kata, atau password tidak menggunakan huruf kapital.



Pesan yang muncul apabila pengguna melakukan kesalahan

10. Bantuan dan Dokumentasi

Website yang baik harus menyediakan layanan bantuan dan menyertakan dokumentasi seperti pertanyaan yang sering diajukan (frequently asked question atau FAQ) ketika pengguna mengalami kendala saat mengakses website. Biasanya bantuan dan dokumentasi diletakkan pada bagian bawah website (footer).

Fasilitas pertanyaan yang sering diajukan untuk menjawab permasalahan pengguna

Kesepuluh aspek tersebut dapat diaplikasikan sesuai dengan kebutuhan perancang, artinya jika ada aspek yang tidak diperlukan, perancang website bisa saja memilih beberapa aspek untuk dievaluasi dan menambahkan aspek lain apabila dirasa penting. Misalnya perancang hanya ingin mengevaluasi kebebasan kontrol pengguna terhadap website saja dengan pertimbangan kesembilan aspek lainnya tidak terjadi permasalahan yang krusial, maka usability testing tetap bisa dilakukan.

Usability testing dapat dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Pendekatan kualitatif dapat menggunakan instrumen wawancara dan observasi. Wawancara lebih kepada menggali lebih dalam tentang sikap pengguna terhadap website. Wawancara dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung dengan pengguna. Wawancara langsung bisa dilakukan dengan cara berhadap-hadapan dengan pengguna atau melalui focus group discussion seperti yang telah dijelaskan pada sub bab tahap awal evaluasi. Sedangkan wawancara tidak langsung dapat dilakukan melalui telepon atau internet dengan e-mail, video call, atau perangkat online lainnya. Wawancara memerlukan pertanyaan-pertanyaan secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari pengguna. Misalnya dengan menanyakan apakah website sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna, jika jawabannya tidak maka pertanyaan selanjutnya adalah kenapa dan bagaimana cara memperbaikinya.

Usability testing dengan instrumen wawancara memiliki beberapa kelebihan yaitu pengguna bisa lebih leluasa memberikan informasi historis dan perancang website dapat mengontrol alur tanya jawab. Namun disisi lain, wawancara juga memiliki beberapa kelemahan yaitu informasi yang diperoleh

bisa saja tidak murni karena masih disaring kembali oleh perancang website dan kehadiran perancang juga dapat melahirkan respon-respon yang bias.

Pendekatan kualitatif yang kedua adalah observasi. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung perilaku dan aktivitas pengguna website. Dalam melakukan observasi ini perancang dapat merekam atau mencatat aktivitas-aktivitas pengguna, bisa dengan membuat tugas untuk diujikan kepada pengguna atau membiarkan pengguna mengakses website dengan batas yang tidak ditentukan. Jika perancang ingin memberikan tugas, maka tugas harus dirancang jelas dan singkat agar tidak membingungkan pengguna untuk memahaminya. Misalnya untuk website belanja online, tugas yang dirancang seperti carilah produk kaos berbahan katun di kategori pakaian pria dan lakukan satu pembelian dengan pembayaran menggunakan mobile banking. Amati proses pengujian tersebut, catat setiap pola yang dibuat oleh pengguna. Misal pada aspek usability kesalahan pengguna, perancang mencatat setiap kesalahan klik dan detail kapan waktu pengguna melakukan kesalahan tersebut.

AUTHOR	CONTACT DETAILS	FINAL DATE FOR COMMENTS
DAVID TRAVIS	DAVIDTRAVIS@SERIOUSCO.CO.UK +44 20 7977 4535	SEPTEMBER 15TH
PRODUCT UNDER TEST		RESPONSIBILITIES
What's being tested? What are the business and experience goals of the product? THE WEB SITE AT [TEST SITE URL]		Who is involved in the test and what are their responsibilities? DAVID TRAVIS (PM, DATALOGGER) JANE HART (MODERATOR) PETER HUNTER (EYE TRACKING) JOHN KRAFT (CLIENT CONTACTS) LES MEASAM (ITCH SUPPORT) LOUISE MANN (RECRUITMENT)
BUSINESS CASE		LOCATION & DATES
Why are we doing this test? What are the benefits? (What are the main findings?) THE TEST WILL ADDRESS SEVERAL KEY QUESTIONS THAT THE TEAM HAS BEEN ASKED TO ANSWER TO FOR THE NEXT ITERATION. THE TEAM CAN ANSWER THESE QUESTIONS NOW INCREASES THE RISK OF DESIGNING THE WRONG PRODUCT		Where and when will the test take place? Who will be there and how will the results be shared? SEP 29 # USERRADIO 180 PICCADILLY, LONDON, W1 MAP: HTTP://GOOGLEMAPS/0392 PHONE DEBRIEF ON SEP 27TH
PROCEDURE		
What are the main steps in the test procedure?	<p>0-5 MIN WELCOME / CONSENT FORM</p> <p>5-10 MIN PRE-TEST INTERVIEW</p> <p>10-15 MIN CARRY OUT THE TEST TASKS</p> <p>45-50 MIN POST-TEST QUESTIONNAIRE</p> <p>50-55 MIN POST-TEST INTERVIEW</p> <p>55-60 MIN DEBRIEF / PAY INCENTIVE</p>	

Contoh lembar rencana usability testing

Usability testing dengan instrumen observasi memiliki kelebihan diantaranya perancang mendapatkan pengalaman langsung dari pengguna, sehingga aspek-aspek yang tidak biasa, ganjil, atau aneh bisa dideteksi pada saat observasi. Namun perancang sangat mungkin tidak dapat melaporkan hasil observasi yang bersifat pribadi atau privat.

Sedangkan usability testing dengan pendekatan kuantitatif lebih bersifat matematis. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk mengevaluasi sebuah website adalah dengan menggunakan survei. Instrumen survei yang dapat digunakan oleh perancang adalah kuesioner. Kuesioner tersebut dapat berupa kuesioner yang sudah ada atau kuesioner yang dirancang khusus oleh perancang website itu sendiri. Kuesioner yang sudah ada biasanya telah melalui proses pengujian sehingga perancang website dapat langsung mengaplikasikan kuesioner tersebut tanpa perlu melakukan proses pengujian lagi. Contohnya seperti kuesioner System Usability Scale (SUS) yang dikembangkan oleh John Brooke. Brooke menjelaskan bahwa kuesioner tersebut hanya berisi sepuluh pertanyaan saja yang disusun oleh tiga aspek yaitu keefektifan, efisiensi, dan kepuasan pengguna. Sistem skornya pun sudah diatur sedemikian rupa, jadi perancang langsung dapat menggunakan dan cepat menyajikan datanya. Sedangkan apabila perancang website merancang sendiri kuesionernya, maka perancang akan lebih leluasa dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan evaluasi website. Namun kuesioner yang dirancang khusus oleh perancang website harus sudah memiliki izin, dasar teoritis yang kuat, dan melalui proses pengujian reliabilitas dan validitas untuk menggunakan kuesionernya.

SUS - A quick and dirty usability scale

John Brooke

Redhatch Consulting Ltd.,
12 Beaconsfield Way,
Earley, READING RG6 2UX
United Kingdom

email: john.brooke@redhatch.co.uk

Abstract

Usability does not exist in any absolute sense; it can only be defined with reference to particular contexts. This, in turn, means that there are no absolute measures of usability, since, if the usability of an artefact is defined by the context in which that artefact is used, measures of usability must of necessity be defined by that context too. Despite this, there is a need for broad general measures which can be used to compare usability across a range of contexts. In addition, there is a need for "quick and dirty" methods to allow low cost assessments of usability in industrial systems evaluation. This chapter describes the System Usability Scale (SUS) a reliable, low-cost usability scale that can be used for global assessments of systems usability.

	Strongly disagree					Strongly agree				
1. I think that I would like to use this system frequently	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
2. I found the system unnecessarily complex	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
3. I thought the system was easy to use	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
4. I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
5. I found the various functions in this system were well integrated	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
6. I thought there was too much inconsistency in this system	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
7. I would imagine that most people would learn to use this system very quickly	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
8. I found the system very cumbersome to use	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
9. I felt very confident using the system	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				
10. I needed to learn a lot of things before I could get going with this system	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5				

A/B TESTING

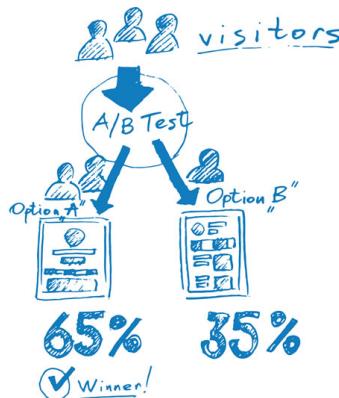
Mengevaluasi website dengan menggunakan metode A/B testing sedikit berbeda dengan menggunakan metode usability testing. Pada A/B testing perancang website membuat dua versi website sekaligus untuk kemudian dibandingkan website mana yang paling disukai oleh pengguna. Dua versi website tersebut yang menjadi asal-usul istilah A/B testing, A mewakili website versi satu dan B mewakili website versi dua.

Dalam melakukan evaluasi dengan menggunakan A/B testing, perancang website membagi dua kelompok pengguna yang masing-masing akan diberikan satu versi website. Setiap kelompok pengguna yang telah ditetapkan untuk mengevaluasi salah satu versi website tidak diperbolehkan untuk mencoba versi lainnya. Umumnya website A adalah website versi sekarang yang sudah familiar digunakan oleh pengguna, sedangkan website B adalah website uji coba. Website B dapat berupa hasil eksperimen perancang dengan menggunakan elemen-elemen yang belum pernah diterapkan pada website A.

Misalnya perancang ingin mengetahui efektifitas dari jenis teks website yang akan diuji. Pada website A perancang menggunakan jenis teks tipe serif, sedangkan pada website B perancang menggunakan teks tipe sans-serif. Perbedaan ini dapat menjadi masukan kepada perancang bahwa jenis teks mana yang paling nyaman dibaca oleh pengguna.

A/B testing memiliki kelebihan yaitu mudah untuk diimplementasikan dan juga hasil yang diperoleh cepat tanpa perlu analisis lebih lanjut. Perancang tidak memerlukan analisis perilaku saat pengguna berinteraksi dengan website atau membuat

pertanyaan-pertanyaan seperti usability testing. Perancang hanya perlu menunggu data statistik, kemudian memutuskan website versi mana yang terbaik berdasarkan pilihan pengguna. Namun, permasalahan jika menggunakan A/B testing adalah perancang tidak tahu bagaimana hasil statistik tersebut didapat, karena perancang tidak melakukan observasi kepada pengguna dan tidak mendengarkan pendapat mereka mengenai kedua versi website.

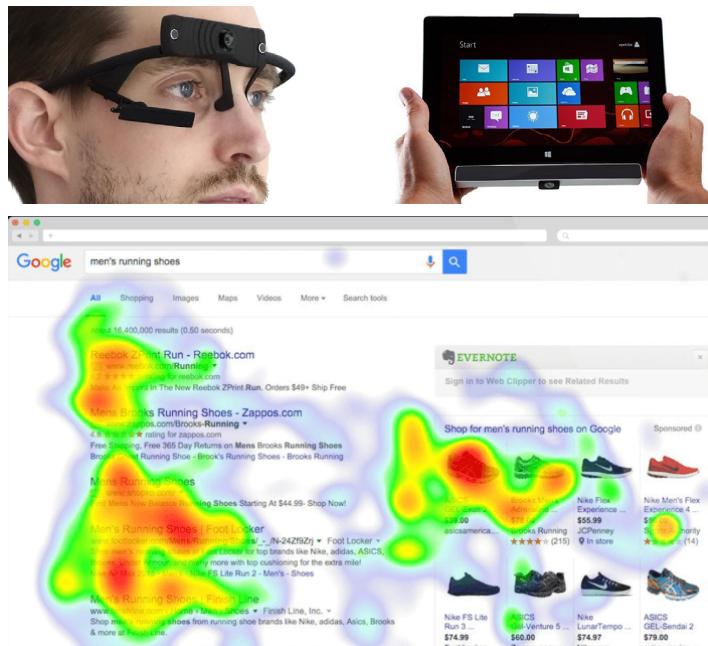


Ilustrasi A/B testing

Contoh kekurangan dari A/B testing adalah seperti ketika perancang ingin membandingkan ukuran tombol beli pada sebuah website belanja online. Website A dirancang dengan menggunakan ukuran tombol beli yang kecil, sedangkan website B dirancang dengan menggunakan ukuran tombol beli yang lebih besar dari website A. Hasil yang ditemukan dari evaluasi tersebut ukuran tombol beli yang lebih besar dapat meningkatkan penjualan sebanyak 1% dibandingkan dengan ukuran tombol beli yang kecil. Namun permasalahannya perancang tidak mengetahui secara rinci pendapat dari pengguna, ukuran tombol beli seperti apa yang disukai oleh pengguna. Bisa jadi ukuran tombol beli yang sedang dapat meningkatkan penjualan yang lebih banyak dibandingkan ukuran tombol beli yang besar.

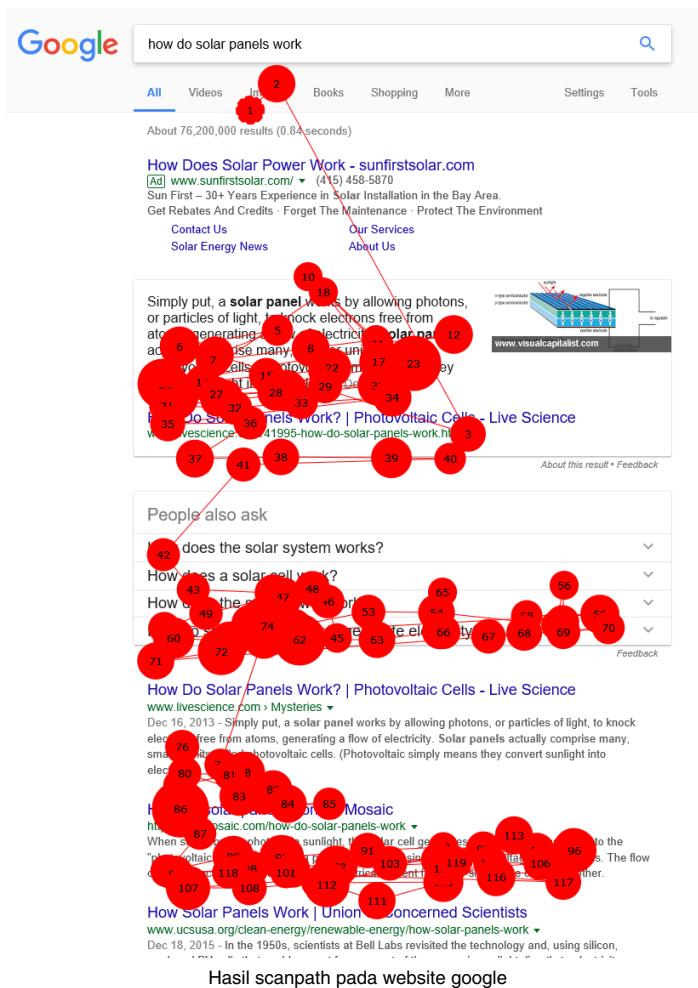
EYE TRACKING

Eyetracking adalah sebuah teknologi dengan sensor yang dapat membaca pergerakan mata pengguna. Metode eyetracking mengharuskan perancang untuk menggunakan alat yang bernama eye tracker. Biasanya alat eye tracker tersebut sudah satu paket dengan software khusus, sehingga hasil evaluasi bisa langsung disajikan tanpa perlu analisis lebih lanjut. Hasil dari analisis menggunakan eye tracking disebut dengan heatmap dan scanpath. Heatmap berguna untuk melihat titik fokus pengguna dan berapa lama mereka melihat bagian tertentu pada website tersebut. Warna merah pada heatmap mendapatkan perhatian paling banyak, sedangkan biru menandakan bagian yang kurang diperhatikan oleh pengguna.



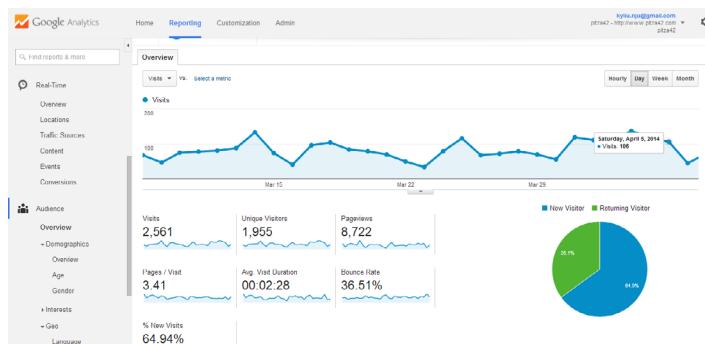
Dua jenis eye tracker dan heatmap

Sedangkan scanpath adalah hasil analisis eye tracking dengan membaca alur dan urutan pergerakan mata dari suatu bagian website ke bagian lainnya. Scanpath mencatat titik vokal atau bagian-bagian utama yang terlebih dahulu dilihat oleh pengguna saat mengakses website yang diuji. Titik vokal yang pertama kali dilihat oleh pengguna memiliki kesan yang kuat, artinya bagian tersebut efektif jika perancang ingin meletakkan konten penting pada website tersebut.



CLICKSTREAM ANALYSIS

Clickstream analysis adalah metode untuk mengevaluasi sebuah website dengan cara merekam layar pengguna baik itu layar komputer ataupun layar smartphone. Umumnya metode ini dapat dilakukan dengan menggunakan jasa penyedia clickstream analysis di internet seperti Google Analytics dan Clicksteamr. Metode lainnya seperti merekam layar pengguna dengan menggunakan software yang sudah di install sebelumnya, atau bisa juga dengan menggunakan software yang dapat menyimpan hasil analisis menggunakan log file berdasarkan jumlah klik yang dilakukan pengguna. Perancang kemudian melihat aktivitas dan mencatat pola yang dilakukan pengguna selama mengakses website yang diuji.



Hasil clickstream analysis dengan menggunakan Google Analytics

PENUTUP

Desain adalah proses perencanaan atau perancangan suatu objek yang bertujuan agar objek tersebut memiliki fungsi, nilai keindahan, dan berguna bagi manusia.

Buku ini menjawab perdebatan yang kerap terjadi antara desainer grafis dengan praktisi IT, bahwa dengan menggabungkan ilmu desain dengan IT akan menghasilkan produk website yang efektif dan memuaskan bagi penggunanya.

Hingga saat ini terdapat berbagai macam cara untuk mengevaluasi sebuah website. Buku ini hanya mengulas sebagian kecil dari metode-metode tersebut. Oleh karena itu pembaca yang ingin mendalami lebih lanjut dapat menemukan metode lainnya dengan membaca buku, jurnal, atau artikel di internet yang berkaitan dengan evaluasi website.

DAFTAR PUSTAKA

- Beaird, J. (2010). *The Principles of Beautiful Web Design*. Canada: Site Point.
- Brooke, J. A Quick and Dirty Usability Scale.
<https://hell.meiert.org/core/pdf/sus.pdf>. Diakses bulan Juli 2019.
- Landauer, T. (1995). *The Trouble with Computers: Usefulness, Usability, and Productivity*. Cambridge: MIT Press.
- Nielsen, J. 10 Usability Heuristics. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Diakses bulan Juli 2019.
- Nielsen, J. Putting A/B testing in Its Place.
<https://www.nngroup.com/articles/putting-ab-testing-in-its-place/>. Diakses bulan Juli 2019.
- Nielsen, J. Which UX Research Methods.
<https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>. Diakses bulan Juli 2019
- Palmer, J. W. (2002). Website Usability, Design, and Performance Metrics. *Information Systems Research*, 13(2), 151-167.
- Preece, J.; Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction design: Beyond human-computer interaction*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Saffer, D. (2007). Designing for interaction: creating innovative applications and devices. California: New Riders.

Sklar, J. (2015). Principles of Web Design: The Web Technologies Series. Boston: Cengage Learning.

Sosrojudho, A. A.; Tim Litbang Concept (2010). Tinjauan Desain Grafis dari Revolusi Industri Hingga Indonesia Kini. Jakarta: PT Concept Media.

Syarief, A., & Hibino, H. (2005). Look and Feel: Examining the Power of Website Design Appearance across Site Types. In MX Design Conference (pp. 1-10).

Rustan, S. (2009). Layout Dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Veen, Jeffrey. (2001). The Art & Science of Web Design. New Riders.

We Are Social. Digital, Social & Mobile Worldwide In 2019. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Diakses pada bulan Juli 2019.

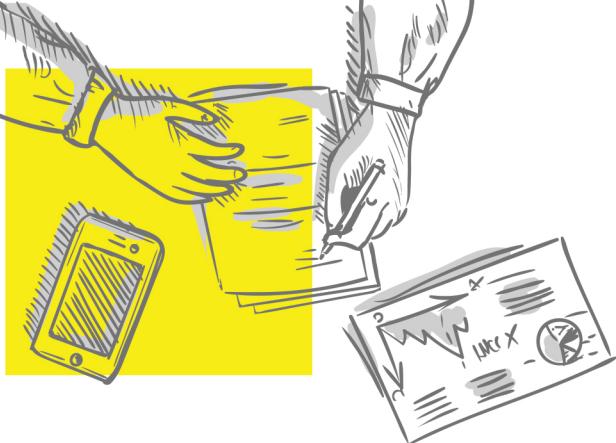
BIODATA PENULIS



Abdurrahman Sidik lahir di Banjarmasin, 30 Mei 1992. Memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Malang, lulus tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan studi Magister Desain Institut Teknologi Bandung, lulus tahun 2017. Sejak kuliah penulis banyak menyelesaikan project khususnya pada bidang desain promosi dan media online.

Saat ini penulis mendedikasikan ilmunya sebagai Dosen di Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Informasi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari dan aktif sebagai pembina diberbagai komunitas desain.

Email: abdurrahmansidik30@gmail.com



Penerbit:

Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari
Jl. Adhyaksa No. 2 Kayutangi
Banjarmasin, Kalimantan Selatan

ISBN 978-623-91132-2-3

9 786239 113223

