

**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA**  
**DAN PENGALAMAN PENGGUNA *COMPANY PROFILE***  
**PACIE AIRBRUSH BERBASIS *WEBSITE***  
**DENGAN METODE *FIVE PLANES***



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**DAVID AKBAR RANGKUTI**

**1512620085**

**PROGRAM STUDI**  
**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis Website Dengan Metode *Five Planes*

Penyusun : David Akbar Rangkuti

NIM : 1512620085

Tanggal Ujian : 10 Juli 2024

### NAMA DOSEN

**Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng**

Dosen Pembimbing 1

### TANDA TANGAN



### TANGGAL

18 Juli 2024

**Ressy Dwitias Sari, S.T., M.T.I**

Dosen Pembimbing 2

17 Juli 2024

### PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

### NAMA DOSEN

**Diat Nurhidayat, S.Pd., M.T.I**

Ketua Penguji

### TANDA TANGAN

### TANGGAL

14 Juli 2024

**Via Tuhamah Fauziastuti, S.Si., M.Ed**

Dosen Penguji 1

13 Juli 2024

**Z.E. Ferdi Fauzan Putra, S.Pd, M.Pd.T**

Dosen Penguji 2



14 Juli 2024



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : David Akbar Rangkuti  
NIM : 1512620085  
Fakultas/Prodi : Teknik/ Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
Alamat email : davidakbarrangkuti\_1512620085@mhs.unj.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA DAN PENGALAMAN  
PENGGUNA COMPANY PROFILE PACIE AIRBRUSH BERBASIS WEBSITE  
DENGAN METODE *FIVE PLANES***

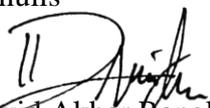
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2024

Penulis

  
David Akbar Rangkuti

**SKRIPSI**  
**PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA**  
**DAN PENGALAMAN PENGGUNA *COMPANY PROFILE***  
**PACIE AIRBRUSH BERBASIS *WEBSITE***  
**DENGAN METODE *FIVE PLANES***



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**DAVID AKBAR RANGKUTI**

**1512620085**

**PROGRAM STUDI**  
**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis Website Dengan Metode *Five Planes*

Penyusun : David Akbar Rangkuti

NIM : 1512620085

Tanggal Ujian : 10 Juli 2024

### NAMA DOSEN

### TANDA TANGAN

### TANGGAL

**Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng**

Dosen Pembimbing 1



18 Juli 2024

**Ressy Dwitias Sari, S.T., M.T.I**

Dosen Pembimbing 2

17 Juli 2024

### PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

### NAMA DOSEN

### TANDA TANGAN

### TANGGAL

**Diat Nurhidayat, S.Pd., M.T.I**

Ketua Penguji

14 Juli 2024

**Via Tuhamah Fauziastuti, S.Si., M.Ed**

Dosen Penguji 1

13 Juli 2024

**Z.E. Ferdi Fauzan Putra, S.Pd, M.Pd.T**

Dosen Penguji 2



14 Juli 2024



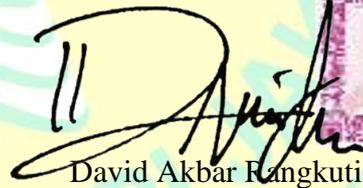
## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



David Akbar Rangkuti

NIM. 1512620085



## KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode *Five Planes*" sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana dalam Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer di Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini, dari awal hingga selesai, dapat terwujud berkat bimbingan, dorongan, bantuan, serta saran yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril dan materi serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi;
2. Keluarga besar yang selalu mendoakan saya dan membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi;
3. Bapak M. Ficky Duskarnaen, M.Sc. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta;
4. Ibu Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini;
5. Ibu Ressy Dwitias Sari, S.T., M.T.I selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membimbing dan memberikan motivasi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini;
6. Bapak dan Ibu Dosen PTIK yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengalaman dalam maupun luar waktu perkuliahan.
7. Teman-teman PTIK 2020 yang senantiasa memberikan semangat, motivasi dan dukungan doa dalam proses penyusunan skripsi;

8. Teman-teman *Space Rangers*, Abdul Mun'im, Muhammad Kemal Rafi Abrar, Noor Wahyu Syarif Hidayah, dan Istnain Faiz Alfajri yang telah menjadi teman-teman yang baik dan selalu memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi;
9. Seluruh pihak yang sudah membantu dan terlibat dalam proses penyusunan dan penelitian skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diinginkan. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang mungkin terdapat dalam penulisan ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian dan penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan terutama bagi penulis sendiri.

Jakarta, 24 Juni 2024  
Penyusun

David Akbar Rangkuti

## ABSTRAK

**DAVID AKBAR RANGKUTI**, Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode *Five Planes*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. 2024. Dosen Pembimbing: Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng dan Ressy Dwitias Sari, S.T., M.T.I

Pacie Airbrush adalah perusahaan yang mengkhususkan diri dalam bidang painting otomotif, yang telah beroperasi sejak tahun 2016. Pacie Airbrush salah satu penyedia jasa dalam seni *custom* airbrush dan lukisan *full* atau *body parts* untuk helm, mobil, motor, dan hal lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, Pacie Airbrush mengalami kendala dalam hal visibilitas dan aksesibilitas informasi. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi yang komprehensif dan terstruktur tentang layanan Pacie Airbrush, identitas perusahaan yang belum jelas, pengelompokan layanan belum optimal, akun Instagram belum memberikan gambaran tentang profil perusahaan, dan belum memiliki rancangan antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile* berbasis *website*. Penelitian dilakukan dengan metode *Five Planes* dengan tahapan, yaitu *strategi plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane*. Hasil dari perancangan adalah prototipe *high-fidelity* yang dirancang menggunakan *software* Figma. Pengujian dilakukan kepada pengguna menggunakan *User Acceptance Test* (UAT), dan *System Usability Scale* (SUS), diperoleh hasil penilaian UAT sebesar 88,2% dengan keterangan Sangat Baik serta hasil penilaian SUS sebesar 85,75% dengan penilaian *acceptable*, tingkat penerimaan peringkat *adjective*, memperoleh nilai *best imaginable*, dan *grade A+*. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rancangan desain antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* dapat memudahkan pengembang untuk mengimplementasikan *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website*.

Kata Kunci: Profil Perusahaan, *Website*, Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna, *Five Planes*.

## ABSTRACT

**DAVID AKBAR RANGKUTI**, Designing the User Interface and User Experience for Pacie Airbrush Website-based Company Profile Using the Five Planes Method Thesis. Informatics and Computer Engineering Education Study Program, Faculty of Engineering, Jakarta State University. 2024. Supervisor: Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng and Ressay Dwitias Sari, S.T., M.T.I

Pacie Airbrush, a company specializing in automotive painting since 2016, offers a wide range of custom airbrushing and full or body part painting services for helmets, cars, motorcycles, and more. However, based on interviews, Pacie Airbrush faced challenges in terms of visibility and information accessibility. This was attributed to a lack of comprehensive and structured information about Pacie Airbrush's services, an unclear company identity, suboptimal service categorization, an Instagram account that did not adequately reflect the company's profile, and the absence of a website-based company profile interface and user experience design. The research was conducted using the Five Planes method with the following stages: strategy plane, scope plane, structure plane, skeleton plane, and surface plane. The result of the design was a high-fidelity prototype designed using Figma software. Usability testing was conducted with users employing User Acceptance Testing (UAT) and the System Usability Scale (SUS). The results of the UAT evaluation were 88.2% with a rating of "Very Good", while the SUS evaluation score was 85.75% with an "Acceptable" rating, an "Adjective Rating" of "Best Imaginable", and an overall grade of A+. These results indicate that the design of the user interface and user experience for Pacie Airbrush's website-based company profile will be easy for developers to implement.

**Keywords:** Company Profile, Website, User Interface, User Experience, Five Planes.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Perumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Kerangka Teoritik .....	7
2.1.1 <i>Company Profile</i> .....	7
2.1.2 <i>Pacie Airbrush</i> .....	8
2.1.3 <i>Website</i> .....	8
2.1.4 <i>User Interface (UI)</i> .....	12
2.1.5 <i>User Experience (UX)</i> .....	15
2.1.6 <i>Metode Five Planes</i> .....	17
2.1.7 <i>Prototipe</i> .....	19
2.1.8 <i>Usability Testing</i> .....	20
2.2 Penelitian Relevan.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
3.2 Alat dan Bahan Penelitian .....	34
3.2.1 Alat Penelitian .....	34
3.2.2 Bahan Penelitian .....	35
3.3 Diagram Alur Penelitian.....	35
3.3.1 <i>Strategy Plane</i> .....	37
3.3.2 <i>Scope Plane</i> .....	38
3.3.3 <i>Structure Plane</i> .....	39
3.3.4 <i>Skeleton Plane</i> .....	41
3.3.5 <i>Surface Plane</i> .....	41
3.3.6 <i>Usability Testing</i> .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4.1 Observasi .....	42
3.4.2 Wawancara .....	43
3.5 Studi Literatur .....	43
3.6 Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1 Uji Coba <i>User Interface</i> .....	43
3.6.2 Uji Coba <i>User Experience</i> .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	51
4.1.1 <i>Strategy Plane</i> .....	51
4.1.2 <i>Scope Plane</i> .....	55
4.1.3 <i>Structure Plane</i> .....	59
4.1.4 <i>Skeleton Plane</i> .....	61
4.1.5 <i>Surface Plane</i> .....	67
4.1.6 <i>Usability Testing</i> .....	87
4.2 Analisis Data Penelitian .....	87
4.3 Pembahasan .....	91
4.4 Aplikasi Hasil Penelitian .....	93

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Angka Skor Likert.....	21
Tabel 2.2 Interval Penilaian Skala Likert.....	22
Tabel 2.3 Interpretasi Nilai UAT .....	22
Tabel 2.4 Rincian Skala Penilaian Skor SUS (Kesuma, 2021).....	24
Tabel 2.5 Skala Likert Minat Positif.....	25
Tabel 2.6 Skala Liker Minat Negatif.....	25
Tabel 2.7 Penelitian Relevan.....	28
Tabel 3.1 Daftar Perangkat Keras Komputer.....	34
Tabel 3.2 Daftar Perangkat Keras Smartphone.....	34
Tabel 3.3 Daftar Perangkat Lunak Komputer .....	34
Tabel 3.4 Kisi – Kisi Instrumen UAT .....	44
Tabel 3.5 Instrumen UAT .....	44
Tabel 3.6 Angka Skor Likert.....	45
Tabel 3.7 Interval Penilaian Skala Likert.....	46
Tabel 3.8 Interpretasi Nilai UAT .....	46
Tabel 3.9 Daftar Pertanyaan Metode Penilaian SUS .....	47
Tabel 3.10 Skala Likert Minat Positif.....	48
Tabel 3.11 Skala Likert Minat Negatif .....	48
Tabel 3.12 Keterangan Skor Penilaian SUS .....	49
Tabel 3.13 Rincian Skala Penilaian Skor SUS (Kesuma, 2021).....	50
Tabel 4.1 Kebutuhan Pengguna .....	53
Tabel 4.2 Tabel Spesifikasi Fungsional dan <i>Content Requirments Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> .....	58
Tabel 4.3 Data Hasil Penilaian UAT .....	87
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Akhir UAT .....	88
Tabel 4.5 Hasil Tabel Interpetasi Penilaian UAT .....	89
Tabel 4.6 Data Hasil Penilaian SUS .....	89
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Akhir SUS .....	90

Tabel 4.8 Hasil Tabel Interpretasi Penilaian Skor SUS ..... 90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Instagram Pacie Airbrush .....	2
Gambar 2.1 Logo Pacie Airbrush .....	8
Gambar 2.2 Contoh <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> dari Tomi Airbrush.....	11
Gambar 2.3 Contoh <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> dari Surya Painting .....	11
Gambar 2.4 Struktur UX Elemen pada <i>Five Planes</i> (Brilianto, 2019) .....	17
Gambar 2.5 Intepretasi Nilai SUS (Pratama dkk., 2021).....	24
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	36
Gambar 3.2 Contoh dari salah satu <i>User Persona</i> .....	37
Gambar 3.3 <i>User Flow Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> .....	39
Gambar 3.4 Arsitektur Informasi <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> .....	39
Gambar 3.5 Intepretasi Nilai SUS (Pratama dkk., 2021).....	49
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> Pemilik .....	54
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> Admin.....	54
Gambar 4.3 <i>User Persona</i> Calon Pelanggan.....	55
Gambar 4.4 <i>User Persona</i> Pelanggan Tetap.....	55
Gambar 4.5 <i>User Flow Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> .....	59
Gambar 4.6 Arsitektur Informasi <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> .....	59
Gambar 4.7 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman Beranda.....	61
Gambar 4.8 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman Tentang Kami .....	62
Gambar 4.9 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya.....	62
Gambar 4.10 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman Portofolio dan Isi Portofolio .....	63
Gambar 4.11 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman FAQ .....	63
Gambar 4.12 <i>Wireframe Desktop</i> Halaman Kontak Kami.....	64
Gambar 4.13 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman Beranda.....	64

Gambar 4.14 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman Tentang Kami .....	65
Gambar 4.15 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya.....	65
Gambar 4.16 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman Portofolio.....	66
Gambar 4.17 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman FAQ dan Kontak Kami .....	66
Gambar 4.18 <i>Wireframe Mobile</i> Halaman Menu Navigasi .....	67
Gambar 4.19 <i>Guide Syle Company Profile</i> Pacie Airbrush .....	68
Gambar 4.20 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Beranda .....	70
Gambar 4.21 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Tentang Kami .....	71
Gambar 4.22 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Layanan Helm.....	72
Gambar 4.23 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Layanan Mobil.....	72
Gambar 4.24 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Layanan Motor.....	73
Gambar 4.25 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Layanan Lainnya.....	73
Gambar 4.26 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Portofolio .....	74
Gambar 4.27 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Helm 1 .....	75
Gambar 4.28 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Helm 2 .....	75
Gambar 4.29 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Mobil 1 .....	76
Gambar 4.30 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Mobil 2 .....	76
Gambar 4.31 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Motor 1 .....	77
Gambar 4.32 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Motor 2 .....	77
Gambar 4.33 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Lainnya 1 .....	78
Gambar 4.34 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Isi Portofolio Lainnya 2 .....	78
Gambar 4.35 <i>Mockup Desktop</i> Halaman FAQ .....	79
Gambar 4.36 <i>Mockup Desktop</i> Halaman FAQ keadaan <i>collapse show</i> .....	79
Gambar 4.37 <i>Mockup Desktop</i> Halaman Kontak Kami.....	80
Gambar 4.38 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan kosong.....	80
Gambar 4.39 Proses saat pengisian formulir pesan .....	81
Gambar 4.40 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan terisi .....	81
Gambar 4.41 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan terkirim.....	81
Gambar 4.42 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Beranda.....	82

Gambar 4.43 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Beranda Tentang Kami.....	83
Gambar 4.44 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya .....	83
Gambar 4.45 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Portofolio dalam tampilan Lebih Sedikit dan Lebih Banyak .....	84
Gambar 4.46 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Isi Portofolio Helm dan Mobil .....	84
Gambar 4.47 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Isi Portofolio Motor dan Lainnya.....	85
Gambar 4.48 <i>Mockup Mobile</i> Halaman FAQ .....	85
Gambar 4.49 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Kontak Kami .....	86
Gambar 4.50 <i>Mockup Mobile</i> Halaman Menu Navigasi.....	86
Gambar 4.51 Hasil Gambar Interpretasi Penilaian Skor SUS.....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara Narasumber .....	101
Lampiran 2. Hasil Wawancara Narasumber .....	102
Lampiran 3. Validasi Instrumen Wawancara Pengguna .....	105
Lampiran 4. Hasil Wawancara Pengguna .....	107
Lampiran 5. Validasi Instrumen Wawancara <i>User Persona</i> .....	118
Lampiran 6. Hasil Wawancara <i>User Persona</i> .....	121
Lampiran 7. Surat Izin Penelitian.....	133
Lampiran 8. Lembar Kelayakan Judul Skripsi.....	134
Lampiran 9. Surat Tugas Dosen Pembimbing .....	135
Lampiran 10. Lembar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 1.....	136
Lampiran 11. Lembar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 2.....	138
Lampiran 12. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing 1 .....	140
Lampiran 13. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing 2 .....	141
Lampiran 14. Dokumentasi Dalam Penelitian .....	142

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang cepat memberikan pengaruh besar dalam kehidupan manusia, sehingga tidak heran jika pada saat ini segalanya dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Salah satunya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan kita untuk mengakses informasi dan komunikasi secara instan. Menurut hasil survei terbaru yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal tahun 2024, mengalami peningkatan penetrasi pengguna internet dari 78,19% menjadi 79,5% yaitu 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pengguna internet aktif di Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi semakin menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Dalam penerapannya, teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk melakukan *branding image* yang dapat memperluas jejaring. Banyak sekali ditemukan suatu *brand* atau perusahaan yang memperluas target mereka dengan memanfaatkan teknologi, salah satunya dengan penggunaan *company profile* berbasis *website* sebagai sarana publik untuk mendapatkan informasi terkait dengan *brand* atau perusahaan tersebut. Dengan terbentuknya *website* yang melibatkan informasi yang relevan, desain yang menarik, dan navigasi yang intuitif, maka *website* dapat menjadi salah satu media utama dalam menyampaikan *company profile* kepada khalayak umum dan pelanggan potensial (Zen dkk., 2022).

Sementara itu dalam perancangan *company profile* berbasis *website*, elemen-elemen seperti Antarmuka dan Pengalaman Pengguna atau *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) menjadi peran penting. Pentingnya peran UI dan UX dalam pembuatan *website* dapat dirasakan oleh pengguna melalui kenyamanan dan pengalaman disaat menggunakan setiap fitur yang tersedia (Vallendito, B. (2020). Kesesuaian dari UI dan UX juga menciptakan tampilan yang menarik secara estetika, dan kemudahan bagi pengguna, dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Apabila UI yang dimiliki buruk, akan timbul perasaan frustrasi bagi



karena jangkauan yang dimiliki Pacie Airbrush untuk memperkenalkan diri tidak luas. Sehingga hal ini dapat menghambat mimpi Pacie Airbrush untuk lebih dikenal diseluruh Indonesia bahkan dunia.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Cici Cendikya selaku pemilik Pacie Airbrush, didapati hasil yaitu terdapat kendala yang dialami selama beroperasi berkaitan dengan kurangnya visibilitas dan aksesibilitas informasi yang memadai. Meskipun Pacie Airbrush aktif di media sosial, pelanggan sering kesulitan menemukan informasi yang komprehensif dan terstruktur tentang layanan Pacie Airbrush. Hal ini diperkuat dengan penjelasan yang lebih rinci tentang identitas perusahaan, termasuk sejarah, nilai-nilai, dan tujuan perusahaan yang belum diberikan kepada pelanggan dengan jelas. Selain itu, pengelompokan layanan Pacie Airbrush juga belum optimal, yang dapat membingungkan pelanggan. Kemudian, akun media sosial Instagram Pacie Airbrush belum sepenuhnya memberikan gambaran menyeluruh tentang profil perusahaan yang mengakibatkan kurangnya konteks bagi pelanggan. Selain itu, permasalahan yang ada juga ditemukan saat peneliti melakukan wawancara dengan para calon pelanggan maupun pelanggan yang pernah menggunakan layanan dari Pacie Airbrush, seperti yang tercantum pada Lampiran 4. Tentunya, maka dari itu diperlukan rancangan sebuah *company profile* berbasis *website* agar menghasilkan informasi yang mudah ditemukan secara baik maupun detail, meningkatkan nilai serta citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat untuk menggunakan jasa dari Pacie Airbrush.

Selanjutnya dalam merancang tampilan antarmuka yang menarik, terstruktur dan memenuhi kebutuhan pengguna *company profile* berbasis *website*, menurut (Kurosu, 2020) pada bidang interaksi manusia dan komputer, memahami tujuan bisnis sama pentingnya memahami kebutuhan pengguna. Maka dari itu penelitian ini menggunakan Metode *Five Planes* untuk merancang UI *company profile* berbasis *website* berdasarkan kebutuhan pengguna dengan memperhatikan lima elemen. Adapun lima elemen tersebut, yaitu *strategy plane* untuk mencari kebutuhan pada aplikasi, *scope plane* untuk penentuan fungsional, *structure plane* untuk penentuan interaksi manusia, *skeleton plane* untuk desain *low-fidelity*, dan *surface plane* untuk desain prototipe (Achmad dkk., 2021). Kelima elemen tersebut

saling berhubungan, di mana setiap elemen terkoneksi satu sama lain. Ketika terjadi perubahan pada lapisan dasar, hal ini akan berdampak pada lapisan di atasnya. (Maggenta dkk., 2022).

Dengan demikian, berdasarkan permasalahan yang ada dimana akun instagram Pacie Airbrush belum menggambarkan profil perusahaan, maka solusi yang didapatkan melalui penelitian ini adalah merancang *design* antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile* berbasis website Pacie Airbrush yang memperhatikan tampilan yang menarik secara estetika, dan kemudahan bagi pengguna, dalam mendukung pencapaian tujuan Pacie Airbrush. Maka dari itu, penelitian ini diberikan judul **“Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis Website Dengan Metode *Five Planes*”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pacie Airbrush belum memiliki *company profile* berbasis *website*.
2. Pacie Airbrush terkendala dalam memberikan visibilitas dan akses informasi untuk jangkauan lebih luas.
3. Adanya kesulitan dari calon pelanggan dan pelanggan tetap dalam mendapatkan informasi lengkap dan terstruktur tentang layanan Pacie Airbrush kepada pelanggan.
4. Belum adanya akses mudah untuk calon pelanggan dan pelanggan tetap mendapatkan informasi mengenai identitas, sejarah, dan visi misi perusahaan secara resmi.
5. Calon pelanggan kesulitan dalam mengetahui informasi terkait bagaimana cara menggunakan layanan, menghubungi, dan menemukan lokasi perusahaan.
6. Akun media sosial Pacie Airbrush kurang memberikan gambaran profil perusahaan yang lengkap.
7. Pacie Airbrush belum memiliki rancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna yang diperlukan untuk merancang *company profile* berbasis *website*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki pembatasan masalah agar dapat dilakukan lebih terarah, sebagai berikut:

1. Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* berbasis *Website* dengan metode *Five Planes*.
2. Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* berbasis *Website* menggunakan Figma hanya dalam bentuk prototipe *High – Fidelity (Hi-Fi)*.
3. Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* berbasis *Website* menggunakan konten yang berisi dengan bahasa Indonesia.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu “Bagaimana membuat sebuah rancangan desain Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* dengan metode *Five Planes*?”.

### 1.5 Tujuan Penelitian

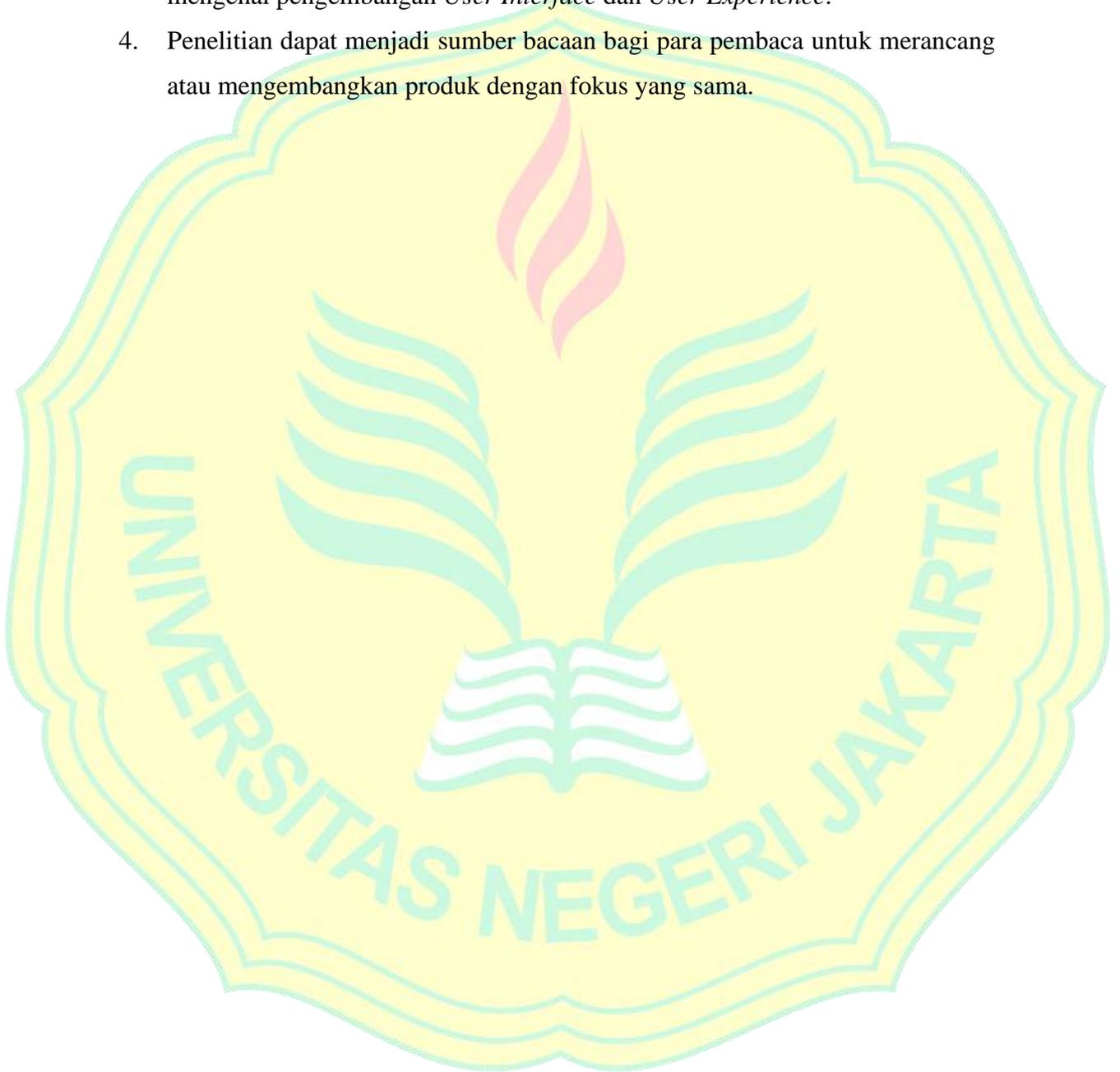
Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat sebuah rancangan desain Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* dengan metode *Five Planes*.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini untuk penulis dan pengguna adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran berupa tampilan prototipe yang nantinya akan membantu perancangan *company profile* berbasis *website* ini menjadi nyata.

2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian berikutnya dalam merancang suatu UI, UX, *company profile* ataupun referensi menggunakan metode *Five Planes*.
3. Penelitian ini memberikan keterampilan, pembelajaran, dan pengetahuan baru mengenai pengembangan *User Interface* dan *User Experience*.
4. Penelitian dapat menjadi sumber bacaan bagi para pembaca untuk merancang atau mengembangkan produk dengan fokus yang sama.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kerangka Teoritik

##### 2.1.1 *Company Profile*

*Company profile* atau profil perusahaan adalah gambaran lengkap tentang suatu perusahaan yang mencakup sejarah, filosofi, identitas, visi, dan misi perusahaan, lokasi, fasilitas, prestasi, serta deskripsi produk yang ditawarkan kepada publik (Goeinawan dkk., 2021). *Company Profile* merupakan representasi dari identitas perusahaan, yang memainkan peran kunci dalam membangun citra dan kehadiran perusahaan secara lisan, visual maupun dalam bentuk sarana digital. Menurut (Zen dkk., 2022) *company profile* memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan dan nilai produk pada perusahaan serta meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut. Menurut (Y. A. Ningsih dkk., 2021) *company profile* memiliki peran krusial sebagai sarana untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif, memperkuat identitas merek, dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan gambaran lengkap tentang suatu perusahaan yang mencakup sejarah, filosofi, identitas, visi, dan misi perusahaan, serta deskripsi produk yang ditawarkan kepada publik. Tujuan utama dari *company profile* adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan produk, serta meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut. *Company profile* juga memiliki peran krusial sebagai sarana untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif, memperkuat identitas merek, dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perusahaan. Dengan demikian, *company profile* bukan hanya sekadar representasi identitas perusahaan, tetapi juga merupakan alat strategis yang penting dalam membangun citra dan kehadiran perusahaan di mata publik.

### 2.1.2 Pacie Airbrush



Gambar 2.1 Logo Pacie Airbrush

Pacie Airbrush adalah sebuah badan usaha yang mengkhususkan diri dalam bidang painting otomotif, yang telah beroperasi sejak tahun 2016. Didirikan oleh Cici Cendikya, Pacie Airbrush menjadi salah satu penyedia jasa terkemuka dalam seni *custom* airbrush dan lukisan *full* atau *body parts* untuk helm, mobil, motor, dan hal lainnya. Dengan lokasinya yang berada di Jalan Cimandiri No.4, Cikini, Kecamatan Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10330.

Pacie Airbrush dalam menjalankan bisnisnya telah menetapkan kehadirannya untuk menjangkau para individu maupun industri yang mencari kualitas tinggi dalam karya seni otomotif dalam seni *custom* airbrush *full* atau *body parts* untuk helm, mobil, motor, dan hal lainnya di Indonesia. Lalu untuk menjangkaunya, Pacie Airbrush mempromosikan dirinya dengan penggunaan platform media sosial, yaitu Instagram. Melalui akun Instagram pemilik perusahaan dengan *username* "pacieairbrushh", pemilik perusahaan secara langsung mengelola konten yang memperlihatkan portofolio beragam karya seni mereka. Platform tersebut bukan hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai wadah untuk berbagi informasi tentang Pacie Airbrush dan cara Pacie Airbrush kepada khalayak luas. Inovatif dalam pemanfaatan media sosial, Pacie Airbrush tidak hanya mempertahankan reputasi sebagai penyedia jasa berkualitas tinggi, tetapi memastikan bahwa hubungan dengan pelanggan bukan sekadar transaksional, tetapi juga berkelanjutan, didasarkan pada apresiasi terhadap seni dan kualitas pelayanan.

### 2.1.3 Website

*Website* adalah platform yang mengandung informasi dalam bentuk gambar, ilustrasi, video, dan teks yang dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia melalui

browser yang terhubung ke internet. (Zen dkk., 2022). Dalam bentuk sederhana, *website* adalah rupa media publikasi elektronik yang terdiri dari berbagai halaman yang saling terhubung menggunakan link yang diletakkan pada teks atau gambar (Albert dkk., 2021). Untuk membangun *website*, dibutuhkan *domain* dan *hosting* dibutuhkan agar *website* dapat diakses dan untuk menyimpan data serta konten yang ditampilkan pada *website* (Soedewi dkk., 2022).

Adapun Menurut A. H. Suyanto (2007), sebuah *website* memiliki beberapa fungsi utama sebagai berikut; 1. Fungsi Komunikasi. *Website* yang berfungsi sebagai alat komunikasi umumnya bersifat dinamis. Dibangun dengan menggunakan pemrograman *web* di sisi server, sehingga dilengkapi dengan berbagai fasilitas komunikasi seperti *web mail*, formulir kontak, fitur *chatting*, forum, dan lain sebagainya; 2. Fungsi Informasi. *Website* yang berfungsi sebagai penyedia informasi biasanya menitikberatkan pada kualitas konten. Tujuan utama dari jenis situs ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada pengguna; 3. Fungsi *Entertainment*. *Website* juga bisa berfungsi sebagai sarana hiburan. Konten yang disajikan di situs ini dirancang untuk menghibur pengunjungnya; 4. Fungsi Transaksi. *Website* juga dapat digunakan sebagai platform untuk melakukan transaksi bisnis, baik itu berupa barang, jasa, atau hal lainnya.

#### 2.1.3.1 Desain *Website*

Elemen penting dalam pembuatan situs *web* adalah desain *website*. Kualitas dan estetika situs *web* sangat dipengaruhi oleh desainnya. Desain situs *web* memiliki peran besar dalam menentukan kesan baik atau buruk sebuah situs. Pada umumnya, pemilik bisnis membuat dan membangun desain situs *web* sendiri atau mempekerjakan seorang ahli desain *website*. Adapun beberapa perangkat lunak yang dapat digunakan untuk mendesain situs *web* antara lain, seperti Macromedia Firework, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver, Microsoft Frontpage, Figma, dan lainnya (Maharani dkk., 2021).

#### 2.1.3.2 *Website Company Profile*

Dalam membuat sebuah *website company profile*, perlu mengenali terlebih dahulu mengenai komponen-komponen yang ada di dalamnya. Berikut ini beberapa komponen menurut (Nadhifatul, 2024) yang ada dalam *website company profile*:

1. Halaman Beranda (Home)

Halaman beranda merupakan halaman pertama yang nantinya akan dilihat pengunjung. Halaman ini biasanya berisi mengenai gambaran umum perusahaan serta sejumlah tombol navigasi untuk mengarahkan pengunjung ke halaman-halaman penting lainnya.

## 2. Tentang Kami (About Us)

Halaman Tentang Kami adalah tempat untuk memperkenalkan identitas perusahaan Anda. Anda dapat menyajikan informasi mengenai sejarah berdirinya perusahaan, visi misi, serta tim yang berada di balik perusahaan Anda.

## 3. Layanan atau Produk (Services/Products)

Halaman layanan atau produk berisi penjelasan lengkap mengenai layanan atau produk yang Anda tawarkan. Pastikan untuk menyertakan deskripsi yang mendetail dan menambahkan media visual yang mendukung seperti foto atau video agar lebih interaktif.

## 4. Halaman Kontak (Contact Us)

Halaman ini menyediakan informasi mengenai cara menghubungi perusahaan, misalnya alamat, nomor telepon, email, dan formulir kontak. Anda dapat memanfaatkan fitur peta lokasi untuk mempermudah pengunjung dalam menemukan kantor perusahaan.

## 5. Studi Kasus atau FAQ (Case Studies/Ask Answer)

Halaman ini berisi pertanyaan dari pelanggan-pelanggan yang puas dengan produk dan layanan Anda. Anda juga dapat menyertakan studi kasus mengenai permasalahan-permasalahan customer yang telah terselesaikan melalui bisnis Anda.

Setelah memahami komponen tersebut, pencarian desain yang sesuai untuk sebuah *company profile airbrush* berbasis *website* juga menjadi hal yang penting, berikut ini merupakan *website company profile* yang menjadi rujukan atau petunjuk dalam pembuatan desain antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile airbrush* berbasis *website*:

### 1. Tomi Airbrush

Tomi Airbrush merupakan salah satu tempat jasa painting airbrush yang lokasi di Jakarta, dan memiliki *company profile* berbasis *website* seperti pada Gambar 2.2 dan dapat diakses melalui tautan [tomiairbrush.com](http://tomiairbrush.com).



Gambar 2.2 Contoh *company profile* berbasis *website* dari Tomi Airbrush

## 2. Surya Painting

Tomi Airbrush merupakan salah satu tempat jasa painting airbrush yang lokasi di Bekasi dan Bogor, dan memiliki *company profile* berbasis *website* seperti pada Gambar 2.3 dan dapat diakses melalui tautan [www.suryapainting18.com](http://www.suryapainting18.com).



Gambar 2.3 Contoh *company profile* berbasis *website* dari Surya Painting

Berdasarkan literatur dan rujukan tersebut, perancangan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* berbasis *website* dalam pembuatannya,

terdapat beberapa komponen penting yang harus diperhatikan untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik. Komponen tersebut meliputi Halaman Beranda, Halaman Tentang Kami, Halaman Layanan atau Produk, Halaman Kontak, Halaman Studi Kasus atau FAQ. Komponen-komponen ini penting untuk menyajikan informasi yang komprehensif dan menarik dalam sebuah *website company profile*, serta rujukan *company profile airbrush* berbasis *website* yang dapat menjadi petunjuk dalam pengembangan dan untuk turut memperhatikan kebutuhan pengguna.

#### **2.1.4 User Interface (UI)**

*User Interface* (UI) atau Antarmuka Pengguna merupakan metode interaksi antara program komputer dan pengguna, dengan tujuan menghubungkan informasi antara keduanya. Umumnya, antarmuka pengguna dapat ditemukan dalam perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), dan sistem operasi pada sebuah perangkat. Dalam perangkat lunak, antarmuka pengguna mengandalkan *Graphic Processing Unit* (GPU) untuk mengolah perintah dari pengguna melalui tampilan grafis, yang biasanya dikendalikan menggunakan *mouse* dan *keyboard*. Contoh implementasinya dapat ditemui dalam dua sistem operasi yang populer, yakni Windows dan Macintosh (Gemina, 2020). Menurut (W. S. Ningsih dkk., 2021) antarmuka merupakan wadah interaksi terjadi antara pengguna dan sistem. Antarmuka pengguna adalah metode yang digunakan oleh program dan pengguna untuk berinteraksi. Melalui antarmuka pengguna dalam perancangan sistem, pengguna diharapkan dapat dengan mudah memahami langkah-langkah yang diperlukan saat menggunakan sistem dan menghindari kebingungan selama proses penggunaan.

Dalam perancangan UI yang baik, menurut (Kelsun & Kristanto, 2021) menjelaskan bahwa terdapat delapan prinsip utama dalam mendesain user interface yang biasa sebutan "*The Eight Golden Rules*", Adapun delapan prinsip tersebut adalah:

##### **2.1.3.3 Strive to Consistency**

Prinsip ini meliputi konsistensi dan penjelasan keterkaitan desain yang diterapkan secara seragam pada setiap halaman, sehingga pengguna mampu

memahami hubungan antara satu halaman dengan halaman lainnya. Selain itu, prinsip ini juga memainkan peran signifikan dalam memperkuat *tone* dan *maner* dari aplikasi yang sedang dikembangkan.

#### 2.1.3.4 *Cater to Universal Usability*

Prinsip ini menguraikan berbagai petunjuk yang umum dan dapat dipahami secara luas, dengan mempertimbangkan konteks dan pemahaman yang relevan terhadap produk yang sedang dikembangkan.

#### 2.1.3.5 *Offer Informative Feedback*

*Feedback* atau umpan balik memiliki peran yang signifikan dalam interaksi antara pengguna dan aplikasi. Meskipun umpan balik yang efektif tidak selalu berarti pesan atau notifikasi langsung, namun dapat juga diperoleh melalui modifikasi antarmuka pengguna, dengan tujuan untuk memberikan kesadaran kepada pengguna bahwa tindakan yang mereka lakukan telah direspons oleh produk.

#### 2.1.3.6 *Design Dialogs to Yield Closure*

Prinsip ini merekomendasikan agar selalu memberikan pemberitahuan kepada pengguna bahwa aplikasi telah menanggapi setiap tindakan yang mereka lakukan, sehingga pengguna tidak perlu menunggu atau melakukan langkah tambahan untuk mencapai tujuan mereka.

#### 2.1.3.7 *Prevents Errors*

Prinsip ini bertujuan sebagai langkah preventif untuk mengurangi kemungkinan kesalahan yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan berbagai fitur dalam aplikasi. Biasanya, hal ini diwujudkan melalui penyediaan petunjuk, arahan, dan penjelasan yang membantu pengguna dalam menyelesaikan proses yang terkait dalam aplikasi.

#### 2.1.3.8 *Permit Easy Reversal of Actions*

Prinsip ini memfasilitasi pengguna agar dapat dengan mudah membatalkan tindakan mereka dan sekaligus memberikan keleluasaan bagi mereka untuk bereksperimen dan menjelajahi aplikasi tanpa kekhawatiran melakukan tindakan yang tidak diinginkan. Sebagai contoh umum dari penerapan prinsip ini dalam aplikasi adalah penyediaan tombol untuk kembali ke langkah sebelumnya.

### 2.1.3.9 *Support Internal Locus of Control*

Prinsip ini merupakan panduan yang memberikan pengguna fleksibilitas untuk menyesuaikan pengaturan aplikasi yang mereka gunakan, termasuk tema, warna, dan teks, sesuai preferensi individual mereka. Hal ini karena pada prinsipnya, pengguna cenderung merasa lebih nyaman dan terlibat dalam menjelajahi aplikasi ketika mereka dapat mengadaptasi antarmuka sesuai dengan keinginan mereka.

### 2.1.3.10 *Reduce Short-term Memory Load.*

Berdasarkan prinsip ini, suatu produk harus efisien dan menghindari penggunaan yang berulang-ulang dari aktivitas yang sama. Sebagai contoh, dalam aplikasi belanja online, pengguna hanya perlu mengisi informasi pribadi dan alamat sekali, yang kemudian dapat disimpan untuk penggunaan berikutnya. Pengguna hanya perlu mengklik suatu hal yang mereka inginkan, dan sistem akan secara otomatis memasukkan informasi pengguna ke dalam halaman konfirmasi tanpa meminta pengguna untuk mengisinya lagi secara manual.

(Schlatter & Levinson, 2013) dalam bukunya yang berjudul *Visual Usability "Principles and Practices for Designing Digital Applications"* menerangkan prinsip-prinsip *design* antarmuka. Suatu situs *website* dianggap memiliki antarmuka yang baik jika didesain dengan memperhatikan prinsip – prinsip desain *User Interface*. Prinsip – prinsip desain antarmuka menurut (Schlatter & Levinson, 2013) sebagai berikut: 1. *Consistency*: konsistensi meliputi sebuah kerangka kerja untuk memahami harapan pengguna dan juga pedoman untuk menerapkan desain tampilan yang konsisten dalam menciptakan antarmuka; 2. *Hierarchy*: pemahaman dan interpretasi tentang informasi penting yang akan ditampilkan di layar; 3. *Personality*: ciri khas suatu aplikasi atau situs *website* yang memberikan impresi kepada penggunanya; 4. *Layout*: tata letak yang mempengaruhi persepsi pengguna; 5. *Type*: jenis tipografi yang digunakan; 6. *Color*: pemilihan dan penggunaan warna; 7. *Imagery*: pemilihan dan penggunaan gambar serta ikon yang cocok dengan karakteristik aplikasi yang sedang dirancang; 8. *Control and Affordances*: *control* bagian dari antarmuka pengguna dan cara yang digunakan pengguna untuk berinteraksi dengan aplikasi serta elemen-elemen yang memberikan respons

langsung, seperti tombol yang memberi sensasi saat ditekan, *slide* yang dapat digeser, dan sebagainya.

### 2.1.5 *User Experience (UX)*

*User Experience (UX)* atau Pengalaman Pengguna adalah semua elemen yang terkait dengan pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk, termasuk tingkat kemudahan pemahaman cara kerja produk, respons emosional saat menggunakan produk, dan sejauh mana pengguna dapat mencapai tujuan mereka melalui penggunaan produk tersebut (Albert dkk., 2021). Menurut (Hardiansyah & Iskandar, 2019) dalam *User Experience (UX) design* terdapat 6 komponen penting yang perlu diketahui, yakni:

#### 2.1.5.1 *Usability*

Saat menerapkan desain UX dalam pengembangan *website*, aspek pertama yang perlu diperhatikan adalah komponen *usability*. *Usability* merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan sebuah *website* oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan yang ditetapkan secara efisien, efektif, dan memunculkan kepuasan pengguna selama interaksi dengan *website* tersebut.

#### 2.1.5.2 *Interaction Design*

Interaction design adalah proses desain yang berfokus pada interaksi antara pengguna dan sebuah *website*. Prinsip utama dari interaction design adalah memastikan pengguna dapat menggunakan *website* dengan mudah tanpa mengalami kebingungan atau kesulitan.

#### 2.1.5.3 *Visual Design*

Setelah merencanakan interaksi yang diinginkan dalam produk, tahapan selanjutnya yang sama pentingnya adalah desain visual. Pada tahap ini, penting untuk memperhatikan berbagai elemen visual seperti garis, bentuk, pemilihan warna, tekstur visual, tipografi, serta jenis tampilan animasi atau visual tiga dimensi. Setiap elemen tersebut harus dirancang sedemikian rupa sehingga mampu memberikan kenyamanan bagi pengguna saat berinteraksi dengan *website* yang dikembangkan.

#### 2.1.5.4 *Information Architecture*

Arsitektur Informasi merujuk pada proses pembentukan struktur informasi dalam suatu produk dengan tujuan agar mudah dipahami oleh pengguna. Komponen arsitektur informasi dirancang untuk mempermudah pengguna dalam mengakses dan menggunakan sebuah *website* sehingga pengalaman pengguna dapat dioptimalkan.

#### 2.1.5.5 *Content Strategy*

*Content strategy* berfokus pada perencanaan, pembuatan, pengiriman, dan tata kelola konten suatu *website*. Tujuan dari *content strategy* ini adalah menciptakan konten yang bermakna, menarik, dan berkelanjutan. Dengan begitu, pengguna akan tertarik dan dapat bertahan menggunakan *website* yang dibuat.

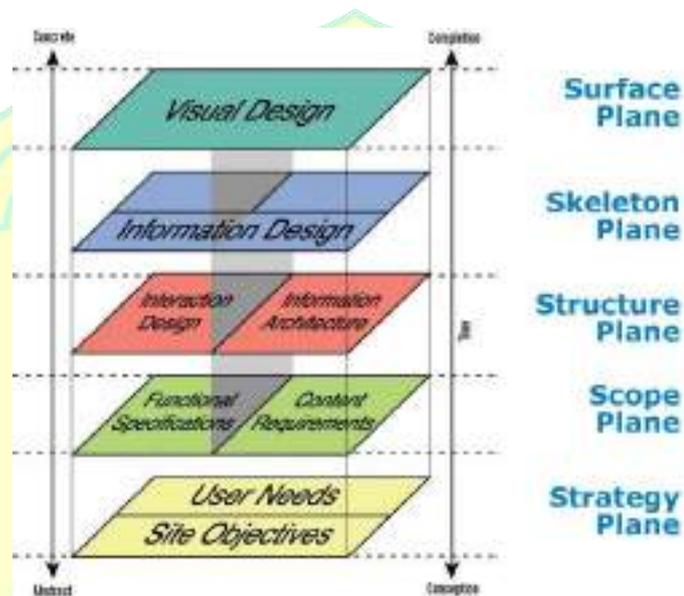
#### 2.1.5.6 *User Research*

*User research* merupakan praktik mewawancarai calon pengguna dan pengguna yang sudah menggunakan suatu *website* dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang jelas terhadap beberapa tujuan tertentu. Melalui pelaksanaan *user research*, dimungkinkan untuk mengidentifikasi kekurangan yang ada dalam *website* sebelum diluncurkan. Selain itu, *user research* juga dapat meningkatkan potensi *website* sehingga tujuan pembuatannya dapat berhasil disampaikan kepada pengguna dengan lebih efektif.

Dengan ini maka dapat membantu menerapkan *UX design* dengan baik sehingga membuat suatu produk unggul dibandingkan dengan produk lainnya. Lalu *UX* dapat menjadi keseluruhan elemen yang mempengaruhi pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk, termasuk meliputi seberapa mudah pengguna memahami cara kerja produk, respon emosional saat menggunakannya, dan sejauh mana mereka dapat mencapai tujuan mereka melalui produk tersebut. Adapun enam hal yang menjadi komponen kunci dalam desain *UX*, yaitu *usability*, *interaction design*, *visual design*, *information architecture*, *content strategy*, dan *user research*. Pemahaman mendalam tentang enam komponen ini sangat penting untuk menerapkan desain *UX* secara efektif, sehingga mampu membuat produk bersaing dengan baik di pasar.

### 2.1.6 Metode *Five Planes*

Metode *Five Planes* yang dikembangkan oleh James Jesse Garrett adalah suatu pendekatan dalam penyelesaian masalah *user experience* yang terdiri dari 5 tahapan yaitu, *strategy*, *scope*, *structure*, *skeleton*, & *surface* (Gemina, 2020).



Gambar 2.4 Struktur UX Elemen pada *Five Planes* (Brilianto, 2019)

Kelima elemen tersebut saling terhubung dan berinteraksi satu sama lain, sehingga ketika terjadi perubahan pada lapisan dasar, hal tersebut akan memengaruhi lapisan di atasnya (Maggenta dkk., 2022). Berikut ini merupakan penjelasan dari lima tahapan Metode *Five Planes* pada Gambar 2.2:

#### 2.1.6.1 *Strategy Plane*

Kebutuhan pengguna merupakan elemen yang berada pada tingkat awal. Pada tahap ini, tahapan mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan pengguna (*user needs*) dan tujuan dari pembuatan produk (*product objectives*). Inti pada tahap ini yaitu dilakukan riset untuk menyelaraskan tujuan pengguna (*user goals*) dengan tujuan bisnis (*business goals*) (Brilianto, 2019).

#### 2.1.6.2 *Scope Plane*

Dalam perancangan perangkat lunak, strategi berarti sebagai spesifikasi fungsional web yang menguraikan serangkaian fitur yang terdapat dalam produk, seperti fitur pembayaran, fitur pemesanan makanan, dan sebagainya. Sementara itu, dalam perancangan konten, strategi akan diinterpretasikan sebagai kebutuhan

konten yang menjelaskan serangkaian elemen konten yang harus dibuat, seperti gambar, video, ikon, dan lain sebagainya (Brilianto, 2019).

#### 2.1.6.3 *Structure Plane*

Desain interaksi dalam perangkat lunak melibatkan *respons* sistem terhadap tindakan pengguna. Ini diwujudkan melalui alur pengguna (*user flow*) atau aliran tugas (*task flow*), yang menunjukkan langkah-langkah yang diambil pengguna dari awal hingga akhir saat menggunakan produk tersebut. Dengan demikian, desain interaksi menjadi landasan penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik dan efisien dalam menggunakan perangkat lunak. (Brilianto, 2019).

#### 2.1.6.4 *Skeleton Plane*

Tahap skeleton terbagi menjadi tiga komponen. Pertama pada sisi perangkat lunak, ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan fitur produk karena memiliki pengaturan pada setiap elemen desain antarmuka. Kedua pada sisi ruang informasi memiliki desain navigasi yang merupakan kumpulan elemen pada layar, memungkinkan pengguna bergerak dengan arsitektur informasi. Terakhir pada desain informasi yang ada pada sisi ruang informasi dan perangkat lunak bertujuan memudahkan pemahaman pengguna (Brilianto, 2019).

#### 2.1.6.5 *Surface Plane*

Tahapan *surface plane* menampilkan tampilan visual dari produk yang telah dibuat. Desain ini melibatkan detail-detail seperti konten, ukuran gambar, warna, resolusi, jenis font, dan lain sebagainya yang ditampilkan dengan jelas dalam bentuk desain *high-fidelity* (Brilianto, 2019).

Dengan memilih Five Planes untuk sebuah produk karena pendekatan ini menawarkan kerangka kerja yang komprehensif dan terstruktur dalam mengembangkan dan mengevaluasi produk secara mendalam. *Five Planes* yang mencakup lima aspek utama, yaitu: strategy, scope, structure, skeleton, dan surface, yang membantu memastikan bahwa setiap tahap pengembangan diperhatikan dengan cermat. Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti untuk merancang produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Metode tersebut juga membantu meminimalkan risiko kesalahan, meningkatkan efisiensi proses pengembangan,

dan memastikan bahwa produk akhir memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

### 2.1.7 Prototipe

Prototipe atau purwarupa merupakan salah satu metode dalam merujuk kepada gambaran dalam latar desain atau model. Model prototipe digunakan sebagai indikator untuk menggambarkan gambaran yang akan dibuat di masa mendatang dan memiliki fungsi eksplorasi dan demonstrasi (Siswidiyanto dkk., 2020). Prototipe adalah model awal dari suatu sistem yang mampu menjalankan fungsi dasar sistem secara terbatas. Biasanya, prototipe menjadi versi awal dari sistem yang akan dikembangkan lebih lanjut. Proses pembuatan prototipe, atau yang dikenal sebagai *prototyping*, merupakan suatu metode yang memungkinkan pembuatan model secara cepat dan *cost-effective*. Meskipun memiliki keterbatasan, model yang dihasilkan mampu berfungsi untuk keperluan pengujian-pengujian (Syarifah dkk., 2022).

Dalam *prototyping*, terdapat istilah "*fidelity*" merujuk pada seberapa dekat representasi dengan produk akhir yang dimaksud. Ini juga mengacu pada tingkat detail dan fungsionalitas yang Anda sertakan dalam prototipe Anda. Kategori utama dari *fidelity* adalah *low-fidelity (lo-fi)* dan *high-fidelity (hi-fi)*. Berikut ini penjelasan dari *low-fidelity (lo-fi)* dan *high-fidelity (hi-fi)*:

a. Prototipe *low-fidelity (lo-fi)*

Prototipe *low-fidelity* adalah cara cepat dan sederhana untuk mengembangkan ide awal atau konsep menjadi representasi yang lebih konkret tentang bagaimana produk akhir mungkin terlihat. Tujuan dari prototipe *low-fidelity* adalah untuk menggambarkan alur dan memeriksa kegunaan serta kemudahan penggunaan dari fungsionalitas yang diusulkan. Prototipe *lo-fi* bisa dibuat secara digital atau menggunakan kertas (Tan, 2021).

b. Prototipe *high-fidelity (hi-fi)*

Prototipe *high-fidelity* tampil lebih canggih, dengan estetika dan fungsi yang jauh lebih mirip dengan produk akhir. Prototipe *high-fidelity* dirancang pada tahap yang lebih lanjut dalam proses setelah memiliki pemahaman yang kuat tentang yang diinginkan dari produk akhir. Prototipe *high-fidelity* umumnya digunakan untuk

pengujian kegunaan dengan pengguna nyata atau untuk mendapatkan persetujuan desain akhir dari para pemangku kepentingan (Tan, 2021).

Pada penelitian ini, peneliti hanya mengembangkan produk sampai tahap prototipe karena fokus utama adalah untuk mendapatkan konsep dan umpan balik awal dari pengguna sebelum melakukan pengembangan lebih lanjut. Dengan tahap prototipe memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi fungsionalitas dasar, desain, dan kegunaan produk dalam lingkungan yang lebih terkendali dan hemat biaya. Selain itu, melalui prototipe, peneliti dapat mengidentifikasi dan memberikan saran perbaikan dari kekurangan atau masalah potensial sebelum melanjutkan ke tahap produksi penuh, sehingga mengurangi risiko kegagalan di masa depan.

### **2.1.8 Usability Testing**

*Usability Testing* adalah metode evaluasi yang menguji produk langsung pada pengguna untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, serta menilai kemudahan, efisiensi, dan kepuasan pengguna (Wedayanti dkk., 2019). *Usability Testing* menjadi sangat penting karena dapat menggambarkan apakah pengguna menerima sistem yang dihasilkan atau tidak (Suyanto & Ependi, 2019). Dalam *Usability Testing*, pengguna akan diberi tugas oleh penguji untuk diselesaikan. Penguji akan mengamati apakah pengguna berhasil menyelesaikan tugas tersebut, mencatat waktu yang dibutuhkan, dan meminta pendapat pengguna tentang aplikasi yang digunakan. Selain itu, penguji akan menganalisis kinerja aplikasi berdasarkan pengalaman pengguna (Manik, 2020). Dalam penelitian ini, *usability testing* dilakukan dengan menggunakan *User Acceptance Test (UAT)* sebagai uji coba user interface, *System Usability Scale (SUS)* sebagai uji coba user experience yang masing-masing diukur menggunakan skala Likert.

#### **2.1.8.1 User Acceptance Test (UAT)**

*User Acceptance Test (UAT)* menurut (Kartikawati & Wibawa, 2020) juga dikenal sebagai Uji Penerimaan Pengguna, merupakan suatu tahap pengujian di mana pengguna langsung terlibat dalam memeriksa dan mengevaluasi produk dengan tujuan menghasilkan dokumen yang memvalidasi bahwa produk telah

diterima dan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Adapun menurut (Chamida dkk., 2021) UAT merupakan bagian integral dari serangkaian pengujian akhir perangkat lunak yang dilakukan sebelum tahap pengembangan dan peluncuran.

Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan Skala Likert yang dirancang oleh Rensis Likert dan diperkenalkan melalui tulisannya yang berjudul "*A Technique For Measurement Of Attitudes*" yang dipublikasikan dalam *Jurnal Archives Of Psychology* pada tahun 1932. Terhadap pilihan yang ada, responden diminta untuk menunjukkan tingkat setuju hingga tidak setuju terhadap pernyataan dengan memberikan peringkat, biasanya dalam bentuk angka, seperti 1, 2, 3, 4, atau 5, jika pilihan responnya berjumlah 5 mulai dari Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju hingga Sangat Tidak Setuju yang ditunjukkan pada Tabel 2.1 (Suasapha, 2020).

Tabel 2.1 Angka Skor Likert

	Jawaban	Bobot
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Netral	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

Adapun rumus perhitungan nilai sebagai berikut (Harmilasari & Munggaran, 2020):

**$T \times P_n$  (1)**

Keterangan:

**$T$**  : Total jumlah responden yang memilih

**$P_n$**  : Pilihan angka skor Likert

Rumus Index %:

**$Index \% = \frac{X}{Y} \times 100\%$  (2)**

Keterangan:

**$X$**  : Jumlah penilaian responden

**$Y$**  : Total penilaian responden

Rumus Interval:

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor Likert}} \quad (3)$$

Maka,  $I = \frac{100}{5} = 20$

Hasil ( $I$ ) = 25 (Interval jarak dari terendah 0% hingga tertinggi 100% yang ditunjukkan pada Tabel 2.2)

Tabel 2.2 Interval Penilaian Skala Likert

No	Presentase	Kriteria
1	0% - 20%	Sangat Tidak Setuju
2	21% - 40%	Tidak Setuju
3	41% - 60%	Netral
4	61% - 80%	Setuju
5	81% - 100%	Sangat Setuju

Selanjutnya hasil perhitungan diinterpretasikan dengan intepretasi nilai UAT pada Tabel 2.3 (Sambas & Ipan Ripai, 2022).

Tabel 2.3 Interpretasi Nilai UAT

No	Presentase	Kategori
1	81% - 100%	Sangat Baik (SB)
2	61% - 80%	Baik (B)
3	41% - 60%	Cukup Baik (CB)
4	21% - 40%	Tidak Baik (TB)
5	0% - 20%	Sangat Tidak Baik (STB)

#### 2.1.8.2 System Usability Scale (SUS)

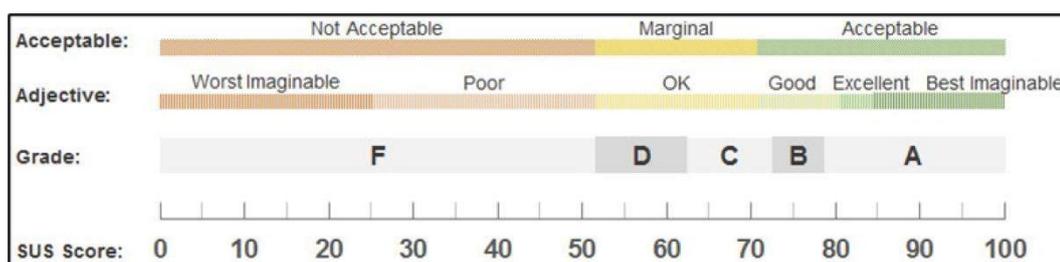
*System Usability Scale (SUS)* merupakan metode pengujian pengguna yang memberikan alat ukur yang cepat dan mudah digunakan, namun tetap dapat diandalkan. Metode ini diperkenalkan oleh John Brooke pada tahun 1986 dan dapat digunakan untuk mengevaluasi berbagai jenis produk atau layanan. Dalam konteks penelitian kualitas *website*, khususnya untuk pengguna konsumen, SUS digunakan sebagai alat pengukuran kualitas *website* (Sembodo dkk., 2021).

Metode ini banyak digunakan untuk menguji perangkat lunak karena kemudahannya dalam penggunaan dan hasilnya dapat menjadi pertimbangan yang berguna. Alasan penggunaan metode ini adalah karena kemudahannya dimengerti dan implementasinya yang sederhana, sehingga metode ini populer digunakan dalam *Usability Testing* (Permana, 2019). SUS menggunakan kuesioner sederhana yang terdiri dari sepuluh pernyataan untuk menilai suatu produk. Karena jumlah pernyataannya tidak terlalu banyak, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan kuesioner SUS relatif singkat. Pernyataan SUS yang bernomor ganjil berisi kalimat positif, sedangkan yang bernomor genap berisi kalimat negatif (Manik, 2020). Berikut ini berupa sepuluh pertanyaan dari metode SUS adalah (Brooke, 1986):

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

Berikut ini berupa penilaian dengan SUS adalah (Ramadhan, 2019):

1. Skala yang digunakan adalah sangat tidak setuju (*strongly disagree*) sampai sangat setuju (*strongly agree*) bernilai 1 sampai 5.
2. Untuk pernyataan bernomor ganjil dihitung dengan cara: nilai dari respon pengguna dikurangi dengan nilai 1.
3. Untuk pernyataan bernomor genap dihitung dengan cara: nilai 5 dikurangi dengan nilai dari respon pengguna.
4. Jumlahkan nilai respon yang telah dihitung pada poin 2 dan 3 diatas, dan kalikan hasilnya dengan nilai 2,5 yang hasil perhitungan ini akan mengkonversi rentang nilai menjadi antara 0–100.



Gambar 2.5 Intepretasi Nilai SUS (Pratama dkk., 2021)

Tabel 2.4 Rincian Skala Penilaian Skor SUS (Kesuma, 2021)

<i>Grade</i>	<i>SUS</i>	<i>Adjective</i>	<i>Acceptable</i>
A+	84,1 – 100	<i>Best Imaginable</i>	<i>Acceptable</i>
A	80,8 – 84,0	<i>Excellent</i>	<i>Acceptable</i>
A-	78,9 – 80,7	<i>Good</i>	<i>Acceptable</i>
B+	77,2 – 78,8		<i>Acceptable</i>
B	74,1 – 77,1		<i>Acceptable</i>
B-	72,6 – 74,0		<i>Acceptable</i>
C+	71,1 – 72,5		<i>Acceptable</i>
C	65,0 – 71,0	<i>OK</i>	<i>Marginal</i>
C-	62,7 – 64,9		<i>Marginal</i>
D	51,7 – 62,6		<i>Marginal</i>
E	25,1 – 51,6	<i>Poor</i>	<i>Not Acceptable</i>
F	0 – 25	<i>Worst Imaginable</i>	<i>Not Acceptable</i>

Rumus penilaian SUS:

$$\text{Nilai SUS} = \frac{\sum_{i=0}^n X_i}{N}$$

Pada rumus di atas,  $X_i$  mengacu pada jumlah nilai dari seluruh pertanyaan dikali 2,5 untuk responden ke- $i$ , dan  $N$  mengacu pada jumlah total responden. Rentang hasil penilaian yang digunakan berupa *Net Promoter Score* (NPS) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, *Acceptability* (Tingkat Penerimaan) untuk menilai sejauh mana suatu produk atau layanan dapat diterima oleh pengguna, *Adjective Scale* (Skala Sifat) untuk memberikan gambaran tentang atribut-atribut yang terkait

dengan produk atau layanan, dan *Grade Scale* (Skala Peringkat) untuk memberikan penilaian kualitatif yang lebih terperinci.

Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran. Skala Likert adalah metode pengukuran yang sering digunakan untuk mengevaluasi persepsi, sikap, atau pendapat individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial. Terdapat dua jenis pertanyaan dalam skala Likert, yakni pertanyaan positif yang digunakan untuk mengukur aspek positif, dan pertanyaan negatif yang digunakan untuk mengukur aspek negatif. Pada pertanyaan positif, responden memberikan skor dari 1 hingga 5, sedangkan pada pertanyaan negatif, skor diberikan dari 5 hingga 1. Skala ini memungkinkan pengukuran yang lebih terperinci dan mendalam terhadap sikap atau persepsi yang dinilai (Pranatawijaya dkk., 2019).

Tabel 2.5 Skala Likert Minat Positif

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 2.6 Skala Liker Minat Negatif

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

## 2.2 Penelitian Relevan

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut adalah beberapa penelitian relevan yang menjadi acuan:

1. Perancangan *User Experience Website* Profil Dengan Metode *Five Planes*

Penelitian ini dilakukan oleh Luthfi Hardiansyah, Khalid Iskandar, dan Harliana melalui jurnal ilmiah *information technology journal of UMUS* (2019). Penelitian ini dimulai setelah melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Didapat permasalahan bahwa membutuhkan website yang dapat membantu dalam mengelola berbagai data dan informasi penyuluhan yang relevan dan tepat waktu serta media komunikasi dan publikasi informasi. Setelah teridentifikasi permasalahannya, penelitian ini berlanjut menggunakan Metode *Five Planes* untuk merancang *website* profil BP3K Mundu dengan tingkat *high fidelity* sebagai solusi permasalahan penelitian dan melakukan *Usability Testing*. Penelitian ini berhasil merancang *website* profil BP3K Mundu dengan tingkat *high fidelity*, memperhatikan pengalaman pengguna agar fitur dan tampilannya lebih mudah dimengerti, nyaman digunakan, dan sesuai kebutuhan pengguna. Evaluasi menunjukkan bahwa prototipe *low fidelity* sudah cukup dipahami dan diterima oleh pengguna. Secara keseluruhan, *website* profil BP3K Mundu memenuhi kebutuhan *usability* dengan baik, dengan 86,22% pertanyaan berhasil dijawab dan 13,77% pertanyaan tidak dapat terjawab.

2. Perancangan *User Experience* Aplikasi Publikasi Buku Digital menggunakan Metode *Five Planes*.

Penelitian ini dilakukan oleh Joang Pratama Achmad, Komang Candra Brata, dan Lutfi Fanani melalui jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer (2021). Penelitian ini dilakukan setelah mewawancarai 4 mahasiswa yang sedang menyelesaikan penelitian atau tugas akhir, serta 1 pemangku kepentingan. Ditemukan bahwa biaya yang tinggi dalam menyelesaikan studi untuk mencapai kelulusan menjadi permasalahan, sehingga banyak mahasiswa cenderung melakukan pembajakan. Penelitian mendapatkan hasil berupa 11 desain fungsional yang diidentifikasi pada tahapan perencanaan ruang lingkup berdasarkan skenario pengguna dari persona yang dipilih. Arsitektur perancangan melibatkan *Hierarchical Task Analysis* (HTA), desain *low-fidelity* menjadi dasar untuk antarmuka prototipe aplikasi menggunakan perangkat lunak Figma. Evaluasi prototipe dilakukan dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ), menghasilkan bahwa aspek daya tarik di atas rata-rata, kejelasan di bawah rata-rata,

efisiensi di atas rata-rata, keandalan baik, stimulasi di bawah rata-rata, dan inovasi buruk. Metode *System Usability Scale* (SUS) digunakan untuk mendapatkan nilai kegunaan prototipe, yang menghasilkan nilai rata-rata 78.5, setara dengan kategori B+.

3. Rancang Desain Ulang UI (*User Interface*) *Company Profile* Berbasis *Website* Menggunakan Metode UCD (*User Centered Design*).

Penelitian ini dilakukan oleh Camelia Evionita Zen, Shofia Namira, dan Tri Rahayu melalui jurnal seminar nasional mahasiswa ilmu komputer dan aplikasinya (2022). Penelitian ini dimulai dengan observasi yang dilakukan melalui wawancara dengan calon pengguna melalui video daring untuk memahami kebutuhan dan permasalahan yang dialami oleh calon pengguna. Didapat permasalahan bahwa tampilan *website* yang tidak mengikuti perkembangan zaman, fitur *website* yang masih tidak lengkap, dan kebutuhan pengguna yang sulit terpenuhi. Setelah masalah teridentifikasi, penelitian dilakukan dengan metode UCD (*User Centered Design*) untuk merancang *user interface website* serta optimasi *user experience* berupa desain *hi-fi* prototipe sebagai solusi permasalahan penelitian. Hasil dari penelitian adalah rancangan *user interface website* serta optimasi *user experience* berupa desain *hi-fi* prototipe.

4. Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Prosedur Pelayanan Umum Menggunakan Metode *Design Thinking*.

Penelitian ini dilakukan oleh Annisa Mursyidah, Ismiarta Aknuranda, dan Hanifah Muslimah Az-Zahra melalui jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer (2019). Penelitian ini dimulai setelah mengumpulkan data melalui wawancara dengan fokus pada masalah pengguna. Prosesnya terdiri dari menentukan tim *design thinking* internal, memilih pengguna, membuat daftar pertanyaan, menyiapkan peralatan (alat perekam dan buku catatan), dan melakukan wawancara dengan lima responden. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, metode *design thinking* digunakan untuk mengembangkan ide solusi yang dapat membantu penyelesaian masalah yang dialami pengguna dalam mengakses informasi prosedur pelayanan umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan antarmuka

pengguna melalui *web apps* FILKOMAPPS dan layanan *chatbot* sudah sesuai dengan keinginan pengguna dan dapat membantu penyelesaian masalah yang dialami oleh mahasiswa. Pengujian dilakukan dengan pengumpulan umpan balik dari pengguna, dan setelah dua iterasi perbaikan, antarmuka pengguna dianggap sesuai dengan keinginan pengguna.

5. Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi *Monitoring* dan Evaluasi Prakerin berbasis *Website* menggunakan Metode *Human Centered Design*.

Penelitian ini dilakukan oleh Wiwit Susilo Ningsih, Hanifah Muslimah Az-Zahra, dan Tri Afirianto melalui jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer (2021). Penelitian ini dimulai setelah mengumpulkan data melalui wawancara dengan fokus pada menggali informasi mengenai pemangku kepentingan, karakteristik pengguna, tujuan pengguna, tugas pengguna, dan sistem lingkungan. Adapun metode yang digunakan adalah metode *Human Centered Design* (HCD) untuk perancangan antarmuka pengguna dan metode evaluasi *usability*, seperti *Heuristic Walkthrough*, *Cognitive Walkthrough*, dan *Heuristic Evaluation*. Penelitian ini menghasilkan antarmuka pengguna untuk Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi Prakerin berbasis *website* dengan menggunakan metode *Human Centered Design*. Evaluasi dilakukan melalui *Heuristic Walkthrough*, mengidentifikasi 21 masalah dan 14 saran perbaikan.

Tabel 2.6 menguraikan lima penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendalami pemahaman tentang topik penelitian.

Tabel 2.7 Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Metode	Hasil
1	Hardiansyah, L., Iskandar, K., & Harliana, H. (2019).	Perancangan <i>User Experience Website</i> Profil Dengan Metode The <i>Five Planes</i> .	<i>Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS</i> ,	<i>Five Planes</i>	Hasil penelitian ini adalah merancang website profil BP3K Mundu dengan desain <i>high fidelity</i> , memastikan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Metode	Hasil
			2019, <i>1(01)</i> , 11-21.		kemudahan pemahaman, kenyamanan pengguna, dan kepatuhan pada kebutuhan pengguna. Evaluasi menunjukkan bahwa prototipe <i>low fidelity</i> sudah dimengerti dan diterima oleh pengguna, serta secara keseluruhan memenuhi kebutuhan <i>usability</i> dengan baik, dengan 86,22% pertanyaan berhasil dijawab dan 13,77% tidak dapat terjawab.
2	Achmad, J. P., Brata, K. C., & Fanani, L. (2021).	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi Publikasi Buku Digital menggunakan Metode <i>Five Planes</i> .	<i>Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer</i> , 2021, 1322-1328.	<i>Five Planes</i>	Hasil penelitian ini adalah sebelas desain fungsional yang diidentifikasi pada tahapan perencanaan ruang lingkup berdasarkan skenario pengguna dari persona yang dipilih. Arsitektur perancangan melibatkan <i>Hierarchical Task Analysis</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Metode	Hasil
					(HTA), dan desain <i>low-fidelity</i> menjadi dasar untuk antarmuka prototipe aplikasi menggunakan perangkat lunak Figma.
3	Zen, C. E., Namira, S., & Rahayu, T. (2022, October).	Rancang Desain Ulang UI (User Interface) <i>Company Profile</i> Berbasis <i>Website</i> Menggunakan Metode UCD ( <i>User Centered Design</i> ).	Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA) Jakarta-Indonesia, 14 April 2022	UCD ( <i>User Centere d Design</i> )	Hasil penelitian ini adalah rancangan <i>user interface</i> dan optimalisasi <i>user experience</i> pada <i>website company profile</i> . Menggunakan metode <i>User Centered Design</i> (UCD) dan wawancara dengan calon pengguna, ditemukan bahwa PT. Sport Teknologi Indonesia perlu menambah fitur dan memperbarui tampilan untuk meningkatkan kenyamanan akses pengguna.
4	Mursyidah, A., Aknuranda, I., & Az-Zahra, H. M. (2019).	Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Prosedur Pelayanan Umum	<i>Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer</i> , Vol. 3, No.	<i>Design Thinking</i>	Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa antarmuka pengguna di FILKOMAPPS dan layanan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Metode	Hasil
		Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> .	4, April 2019, hlm. 3931-3938		<i>chatbot</i> memenuhi keinginan pengguna dan efektif dalam menyelesaikan masalah mahasiswa. Pengujian dengan umpan balik pengguna, serta dua iterasi perbaikan, mengonfirmasi kesesuaian antarmuka dengan keinginan pengguna.
5	Ningsih, W. S., Az-Zahra, H. M., & Afirianto, T. (2021).	Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi Prakerin berbasis Website menggunakan Metode <i>Human Centered Design</i> .	<i>Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer</i> , Vol. 5, No. 12, Desember 2021, hlm. 5458-5467	<i>Human Centere d Design</i>	Hasil penelitian ini adalah berupa antarmuka pengguna untuk Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi Prakerin berbasis <i>website</i> dengan menerapkan metode <i>Human Centered Design</i> . Melalui evaluasi <i>Heuristic Walkthrough</i> , ditemukan 21 masalah dan 14 saran perbaikan.

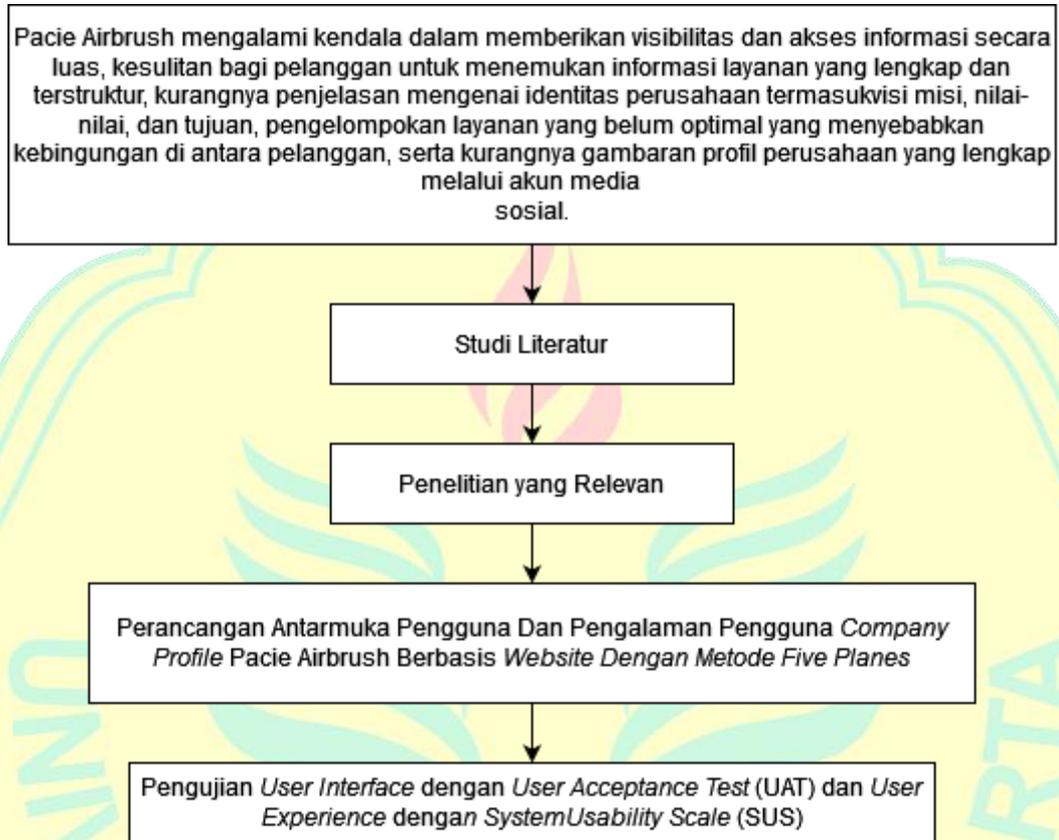
### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibahas pada BAB I, terlihat bahwa Pacie Airbrush terdapat kendala yang dialami selama beroperasi, yaitu berkaitan dengan kurangnya visibilitas dan aksesibilitas informasi yang memadai. Walaupun Pacie Airbrush aktif di media sosial, pelanggan masih kesulitan menemukan informasi yang komprehensif dan terstruktur tentang layanan Pacie Airbrush. Hal ini diperkuat dengan penjelasan yang lebih rinci tentang identitas perusahaan, termasuk sejarah, nilai-nilai, dan tujuan perusahaan yang belum diberikan kepada pelanggan dengan jelas. Selain itu, pengelompokan layanan Pacie Airbrush juga belum optimal, yang dapat membingungkan pelanggan. Kemudian, akun media sosial Instagram Pacie Airbrush belum sepenuhnya memberikan gambaran menyeluruh tentang profil perusahaan yang mengakibatkan kurangnya konteks bagi pelanggan, maka dari itu perlu dirancangnya sebuah *company profile* berbasis *website* agar menghasilkan meningkatkan nilai perusahaan dan nilai jasa serta meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan jasa dari Pacie Airbrush. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang jelas dan terarah dalam mengembangkan identitas perusahaan, menyusun visi misi yang kuat, mengelompokkan jenis-jenis layanan yang ditawarkan, serta meningkatkan kehadiran dan visibilitas perusahaan melalui akun media sosial yang profesional. Dengan demikian, Pacie Airbrush dapat lebih menarik perhatian pelanggan potensial dan memperkuat posisinya di pasar.

Dengan memperhatikan kebutuhan pada Pacie Airbrush, dilakukan perancangan tampilan untuk *company profile* berbasis *website*. Tujuannya adalah agar produk yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat memberikan kepuasan bagi mereka. *Wireframe* ini akan menjadi panduan bagi peneliti berikutnya dalam pembuatan *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *website*, memungkinkan evolusi dari sekadar *wireframe* menjadi produk yang lebih komprehensif dan berkualitas.

Perancangan dan penelitian *Company Profile* Pacie Airbrush akan dilaksanakan dengan memanfaatkan aplikasi Figma. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Five Planes*. Hasil dari penelitian ini berupa prototype *high-fidelity* untuk *Company Profile* Pacie Airbrush yang berbasis

*website*. Pada Gambar 2.4 memperlihatkan kerangka pemikiran yang akan menjadi landasan dalam pelaksanaan penelitian ini.



Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pacie Airbrush Jl.Cimandiri No.4, RT.6 RW.4, Cikini, Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10330. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Desember 2023 sampai Juni 2024.

#### 3.2 Alat dan Bahan Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa alat dan bahan yang telah penulis jabarkan sebagai berikut.

##### 3.2.1 Alat Penelitian

Tabel 3.1 Daftar Perangkat Keras Komputer

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	Prosesor	Intel Core i5-4690
2	RAM	16 GB
3	SSD	240 GB
4	GPU	Intel HD Graphics 4600
5	Monitor	1920 × 1080 Piksel

Tabel 3.2 Daftar Perangkat Keras Smartphone

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	Chipset	Snapdragon 835
2	RAM	4 GB
3	ROM	64 GB
4	GPU	Adreno 540

Tabel 3.3 Daftar Perangkat Lunak Komputer

No	Perangkat Lunak	Spesifikasi
1	Windows 11	Sistem Operasi

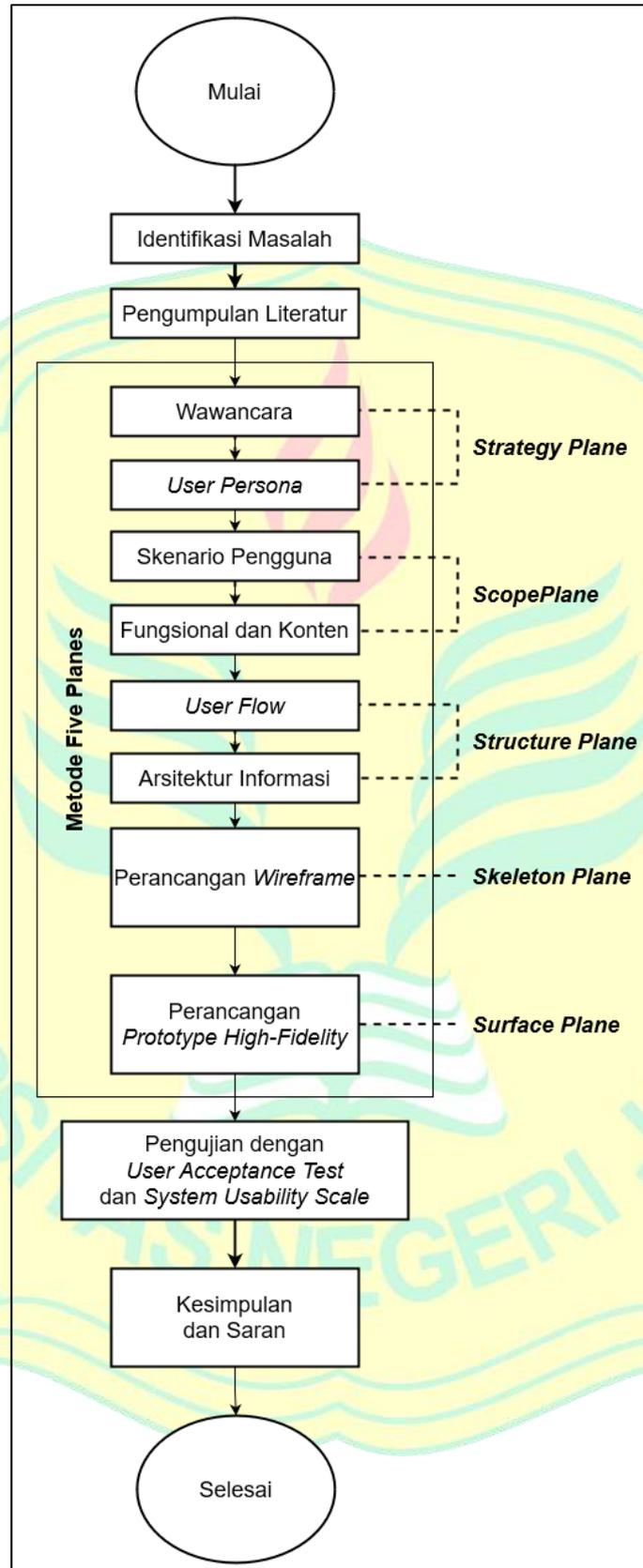
No	Perangkat Lunak	Spesifikasi
2	Microsoft Word	Pengolah Kata
3	Figma	Pengolah Desain dan Prototipe
4	Chrome/Firefox	Peramban

### 3.2.2 Bahan Penelitian

Bahan yang dibutuhkan pada penelitian ini dengan memanfaatkan hasil observasi, wawancara dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan melihat akun media sosial yang memiliki *username* “pacieairbrushh” pada Instagram. Kemudian dilakukan wawancara dengan pemilik Pacie Airbrush dan lima orang calon pelanggan, melalui beberapa pertanyaan yang harus dijawab narasumber sehingga menghasilkan data yang dapat digunakan untuk menganalisis kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian ini. Pertanyaan wawancara dapat dilihat pada Lampiran 1 dan Lampiran 3. Bahan selanjutnya adalah studi literatur mengenai perancangan UI/UX suatu *company profile* berbasis website dengan Metode *Five Planes*.

### 3.3 Diagram Alur Penelitian

Penelitian untuk perancangan *user interface* dan *user experience company profile* berbasis *website* pada Pacie Airbrush menggunakan Metode *Five Planes*. Beberapa tahapan yang diperlukan untuk membuat penelitian ini diantaranya *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, *surface plane*, *usability testing*, dan penulisan laporan. Diagram alur penelitian untuk perancangan UI/UX *company profile* berbasis *website* dengan Metode *Five Planes* yang dilakukan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

### 3.3.1 Strategy Plane

Pada tahap ini akan dilakukan observasi dan analisis terkait dengan:

#### 3.3.1.1 Product Objective

Pada tahap ini, didapatkan dari wawancara yang akan dilakukan, pihak perusahaan membutuhkan *company profile berbasis website* yang dapat membantu dalam mengelola berbagai data dan informasi perusahaan yang relevan. Sesuai kebutuhan perusahaan akan dibuat suatu *company profile berbasis website* yang dapat berfungsi sebagai media informasi dan promosi, sehingga dapat meningkatkan daya tarik serta minat masyarakat dalam mengakses *website* tersebut, serta meningkatkan kualitas layanan, khususnya dalam hal penyampaian dan penyebaran informasi.

#### 3.3.1.2 User Needs

Pada tahap ini akan menjelaskan hal yang responden butuhkan, seperti suatu *company profile berbasis website* yang menarik, informatif dan komunikatif. Tampilan *website* yang elegant, mudah digunakan, dan bisa dibuka *via* perangkat *mobile*. Struktur pada menu dan halaman, serta dapat dikuti oleh mata pembaca.

#### 3.3.1.3 User Persona

Pada tahap *user persona* akan menentukan hasil analisis penentuan tokoh persona. Peneliti akan melakukan wawancara kepada empat *user* yaitu Pemilik Perusahaan, Admin Perusahaan, Calon Pelanggan, dan Pelanggan Tetap untuk mendapatkan data sebagai *user persona*, dengan pertanyaan yang dapat dilihat pada Lampiran 5. Adapun contoh berdasarkan hasil analisis penentuan tokoh *persona* seperti pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Contoh dari salah satu *User Persona*

### 3.3.2 Scope Plane

Pada tahap *scope plane*, peneliti akan membuat *Outline Requirements*, skenario pengguna dan menetapkan spesifikasi fungsional (*functional specifications*) yang mencakup fitur-fitur yang diperlukan dalam desain. Fitur-fitur tersebut ditemukan setelah mengelompokkan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada *user persona*. Setelah fitur ditentukan, peneliti akan membuat kebutuhan konten dari masing-masing fitur (*content requirements*) dan hasilnya akan dikonsultasikan dengan pemilik Pacie Airbrush untuk memastikan fitur yang telah di desain sesuai dengan kebutuhan dan *user friendly*.

#### 3.3.2.1 Outline Requirments

Langkah awal dalam menetapkan tujuan dan ruang lingkup produk atau layanan yang akan dirancang. Dalam tahap ini, tim harus mengidentifikasi kebutuhan dasar produk atau layanan berdasarkan visi produk dan kebutuhan pengguna. *Outline Requirements* akan menyajikan gambaran umum tentang fitur-fitur dan fungsionalitas yang diperlukan, tetapi masih dalam tingkat konseptual. Ini membantu dalam membentuk pemahaman awal tentang arah perancangan produk.

#### 3.3.2.2 Spesifikasi Fungsional Konten

Setelah *Outline Requirements* ditetapkan, langkah selanjutnya adalah merinci fitur-fitur dan fungsionalitas produk atau layanan dalam *Functional Specifications*. Ini mencakup deskripsi rinci tentang apa yang diharapkan dari setiap fitur, bagaimana fitur tersebut akan berinteraksi dengan pengguna, dan apa yang diharapkan sebagai hasilnya. *Functional Specifications* menyediakan panduan yang jelas bagi perancang untuk membangun produk dengan memastikan bahwa semua kebutuhan fungsional telah dipenuhi. Ini juga membantu dalam mengkomunikasikan harapan kepada tim pengembangan. Contoh fitur fungsional adalah: beranda, tentang kami, produk atau layanan, portofolio atau proyek, *Frequently Asked Questions* (FAQ), dan kontak.

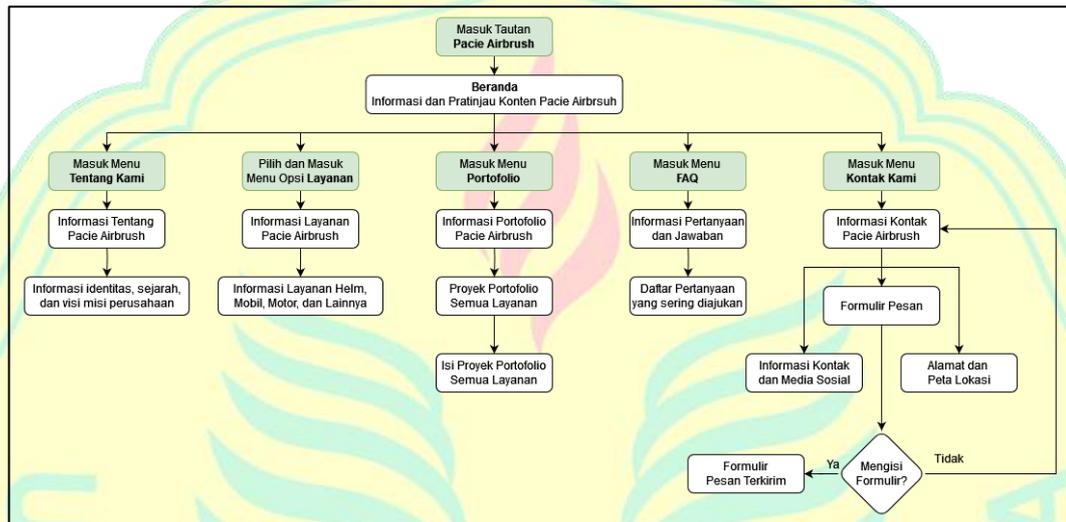
#### 3.3.2.3 Skenario Pengguna

Pada tahap skenario pengguna, mencakup serangkaian langkah-langkah atau tahapan yang diambil oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu menggunakan produk atau layanan. Ini membantu dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna

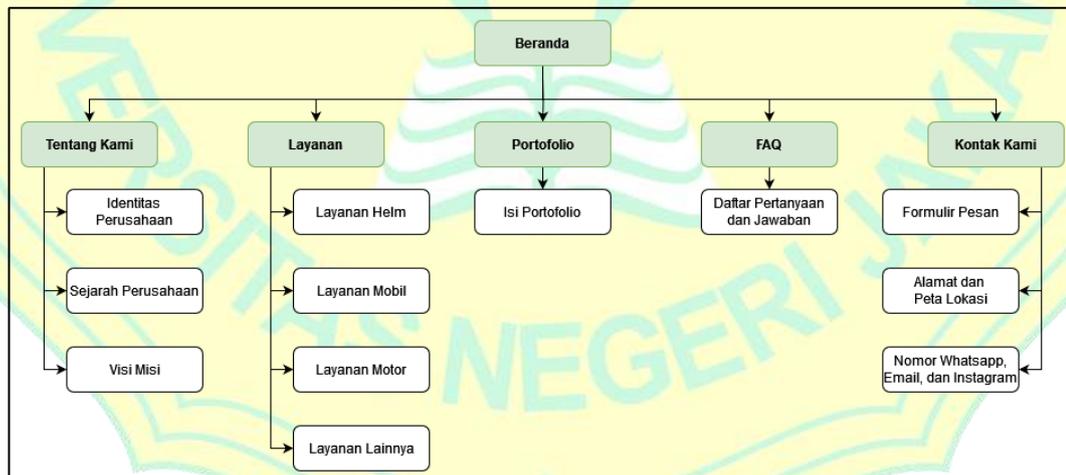
secara lebih spesifik dan menguji fungsionalitas produk melalui sudut pandang pengguna.

### 3.3.3 Structure Plane

Pada tahap ini dirancang *user flow* dan arsitektur informasi *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* sebagai contoh pada Gambar 3.3 dan Gambar 3.4.



Gambar 3.3 *User Flow Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website*



Gambar 3.4 *Arsitektur Informasi Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website*

*Arsitektur website* dibangun dengan menu yang telah didefinisikan pada tahap sebelumnya yaitu *scope plane*, adapun rincian fungsi halaman dalam Gambar 3.3 sebagai berikut:

### 3.3.3.1 Beranda

Beranda atau halaman utama merupakan halaman yang menyambut pengguna ke dalam perusahaan. Sebagai halaman pertama yang dilihat oleh pengguna saat mengakses *website*, "Beranda" memiliki peran memberikan gambaran menyeluruh perusahaan. Fungsi utama "Beranda" adalah memberikan pengantar singkat mengenai tentang perusahaan, serta menampilkan cuplikan mengenai status, layanan, portofolio, dan kontak perusahaan.

### 3.3.3.2 Layanan

Layanan merupakan bagian dari *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan informasi rinci mengenai berbagai layanan atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Melalui fitur ini, pengguna dapat dengan mudah mempelajari tentang jenis layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta memahami bagaimana layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau masalah yang mereka hadapi.

### 3.3.3.3 Tentang Kami

Tentang Kami merupakan bagian dari sebuah *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang identitas, sejarah, visi dan misi perusahaan kepada pengunjung.

### 3.3.3.4 Portofolio

Portofolio merupakan wadah yang dirancang khusus untuk menampilkan hasil dari berbagai layanan atau proyek yang telah berhasil diselesaikan oleh perusahaan. Halaman "Portofolio" berfungsi sebagai galeri virtual yang memperlihatkan kepada pengguna beragam layanan atau proyek yang telah dikerjakan oleh perusahaan.

### 3.3.3.5 FAQ (*Frequently Asked Questions*)

FAQ adalah sarana yang disediakan oleh perusahaan untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan atau calon pelanggan mengenai layanan atau kebijakan perusahaan. Halaman "FAQ" bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan tepat tentang topik umum yang sering membingungkan atau membutuhkan penjelasan tambahan.

### 3.3.3.6 Kontak

Kontak Kami adalah sarana komunikasi yang disediakan oleh perusahaan untuk memfasilitasi interaksi antara pengguna *website* dengan perusahaan. Halaman "Kontak Kami" berisi informasi lengkap mengenai alamat serta peta lokasi, nomor telepon, alamat email, dan formulir pesan.

### 3.3.4 *Skeleton Plane*

Pada tahap *skeleton plane* mengacu pada pembuatan struktur dasar atau kerangka kerja dari antarmuka pengguna (UI) produk atau layanan digital yang akan dikembangkan. Ini melibatkan pembuatan *wireframe* berupa prototipe *low-fidelity*. Prototipe *low-fidelity* yang merupakan perwujudan dari desain interaksi pada tahap *structure plane* versi awal dari produk atau layanan yang dirancang. Prototipe *low-fidelity* ini fokus terhadap perancangan antarmuka *website* yang meliputi penempatan elemen-elemen seperti penempatan tombol, elemen kontrol, foto, dan blok teks.

### 3.3.5 *Surface Plane*

Pada tahap ini akan dilakukan desain visual dan estetika produk atau layanan digital. Ini melibatkan pembuatan tampilan akhir yang menarik dan memikat bagi pengguna yang menuju pada tahap *High-Fidelity Prototype*. Hal yang menjadi fokus dalam *surface plane* itu sebagai berikut:

#### 3.3.5.1 Desain Visual

Tahap ini melibatkan pengembangan elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, ikon, gambar, dan grafik yang akan digunakan dalam antarmuka pengguna. Peneliti harus mempertimbangkan konsistensi visual dan kecocokan elemen-elemen tersebut dengan merek dan identitas produk.

#### 3.3.5.2 Pemilihan Warna dan Tipografi

Peneliti memilih palet warna yang sesuai dengan pesan merek dan emosi yang ingin disampaikan kepada pengguna. Selain itu, pemilihan tipografi yang tepat juga penting untuk memastikan keterbacaan dan keberlanjutan visual antarmuka pengguna.

### 3.3.5.3 Desain Grafis

Tahap ini melibatkan pembuatan elemen grafis seperti logo, ikon, dan ilustrasi yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Desainer harus memastikan bahwa desain grafis ini mendukung tujuan produk dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

### 3.3.5.4 Konsistensi Antarmuka

Penting untuk menjaga konsistensi dalam desain antarmuka pengguna di seluruh produk atau layanan. Hal ini mencakup konsistensi dalam penggunaan elemen desain, tata letak halaman, dan gaya visual untuk memperkuat pengenalan merek dan memudahkan navigasi pengguna.

### 3.3.6 Usability Testing

Pada tahap ini, rancangan yang telah dibuat akan dievaluasi untuk mengukur seberapa mudah digunakan dan memuaskan pengguna. Evaluasi ini bertujuan untuk menentukan apakah desain antarmuka pengguna pada *company profile* berbasis *website* ini memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna. Jika evaluasi awal menunjukkan kebutuhan untuk perbaikan, tahap evaluasi dapat diulang beberapa kali. Untuk menguji *usability* dari *website* Pacie Airbrush, kami menggunakan metode *User Acceptance Test* (UAT) dan *System Usability Scale* (SUS) dengan menggunakan skala likert dan melibatkan pengguna secara langsung dalam proses pengujian.

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1 Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan media sosial instagram “pacieairbrushh” yang digunakan untuk interaksi dan publikasi hasil pekerjaan yang telah selesai dikerjakan oleh Pacie Airbrush. Peneliti mengamati Pacie Airbrush bagaimana melakukan interaksi dengan pelanggan melalui *direct message* dan publikasi hasil pekerjaan pada *feed* instagram Pacie Airbrush.

### 3.4.2 Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai tahapan awal pengumpulan data dengan pemilik Pacie Airbrush, melalui beberapa pertanyaan yang harus dijawab narasumber sehingga menghasilkan data yang dapat digunakan untuk menentukan masalah dan kebutuhan yang diperlukan dalam perancangan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website*. Pertanyaan wawancara dapat dilihat pada Lampiran 1, dan hasil wawancara pada Lampiran 2.

### 3.5 Studi Literatur

Peneliti membaca dan mengkaji bahan-bahan yang terkait dengan penelitiannya dari sumber referensi yang memiliki reputasi baik, seperti buku, jurnal, *e-book*, dan situs *web*, untuk melaksanakan studi literatur. Setelah merangkum sejumlah studi yang relevan, peneliti mencari data yang diperlukan untuk penelitian ini. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dimanfaatkan dalam pembentukan dasar teori dan metodologi penelitian. Daftar pustaka mencakup berbagai studi literatur yang dijadikan referensi dalam penelitian tersebut.

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Coba *User Interface*

Dalam menentukan kesesuaian antarmuka pengguna, dilakukan uji coba *user interface* dengan menggunakan metode *User Acceptance Test* (UAT) untuk mengetahui *feedback* dari pengguna apakah desain UI yang dirancang dapat diterima oleh pengguna. uji coba *user interface* dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip desain antarmuka menggunakan kisi-kisi dan instrumen *User Acceptance Test* (UAT) yang tercantum dalam Tabel 3.4 dan Tabel 3.5. Pengujian ini akan melibatkan sepuluh pertanyaan yang diajukan kepada sepuluh calon pengguna, yang merupakan pemilik serta admin perusahaan dan individu yang berpotensi menjadi pelanggan Pacie Airbrush.

Tabel 3.4 Kisi – Kisi Instrumen UAT

Sumber	Variabel	Prinsip	Indikator
Schlatter (2013)	Desain Visual	<i>Layout</i>	<i>Website</i> memiliki <i>layout</i> yang efektif
		<i>Hierarchy</i>	<i>Website</i> menyediakan <i>white space</i> yang memadai dengan tujuan yang tepat
		<i>Type</i>	<i>Website</i> memilih <i>font</i> yang mudah dibaca
		<i>Color</i>	<i>Website</i> menggunakan kombinasi warna yang menyenangkan untuk mata
		<i>Color</i>	<i>Website</i> mengadaptasi skema warna yang mencerminkan identitas Pacie Airbrush
		<i>Imagery</i>	<i>Website</i> Pacie Airbrush menampilkan gambar dengan kualitas yang tinggi
		<i>Imagery</i>	<i>Website</i> menggunakan gambar yang relevan dengan konten Pacie Airbrush
		<i>Control and Affordances</i>	<i>Website</i> menggunakan simbol yang tepat sesuai dengan fungsinya
		<i>Consistency</i>	<i>Website</i> konsisten dalam penggunaan <i>font</i> , warna, dan simbol
		<i>Personality</i>	Desain <i>Website</i> Pacie Airbrush mudah diingat oleh pengguna.

Tabel 3.5 Instrumen UAT

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1	<i>Website</i> memiliki <i>layout</i> yang efektif					
2	<i>Website</i> menyediakan <i>white space</i> yang memadai dengan tujuan yang tepat					
3	<i>Website</i> memilih <i>font</i> yang mudah dibaca					
4	<i>Website</i> menggunakan kombinasi warna yang menyenangkan untuk mata					
5	<i>Website</i> mengadaptasi skema warna yang mencerminkan identitas Pacie Airbrush					
6	<i>Website</i> Pacie Airbrush menampilkan gambar dengan kualitas yang tinggi					
7	<i>Website</i> menggunakan gambar yang relevan dengan konten Pacie Airbrush					

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
8	Website menggunakan simbol yang tepat sesuai dengan fungsinya					
9	Website konsisten dalam penggunaan <i>font</i> , warna, dan simbol					
10	Desain Website Pacie Airbrush mudah diingat oleh pengguna.					

Setelah memperoleh data yang dikumpulkan, data akan diolah dengan menggunakan Skala Likert yang dirancang oleh Rensis Likert dan diperkenalkan melalui tulisannya yang berjudul "*A Technique For Measurement Of Attitudes*" yang dipublikasikan dalam Jurnal *Archives Of Psychology* pada tahun 1932. Terhadap pilihan yang ada, responden diminta untuk menunjukkan tingkat setuju hingga tidak setuju terhadap pernyataan dengan memberikan peringkat, biasanya dalam bentuk angka, seperti 1, 2, 3, 4, atau 5, jika pilihan responnya berjumlah 5 mulai dari Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju hingga Sangat Tidak Setuju yang ditunjukkan pada Tabel 3.6 (Suasapha, 2020).

Tabel 3.6 Angka Skor Likert

	Jawaban	Bobot
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Netral	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

Adapun rumus perhitungan penilaian UAT sebagai berikut (Harmilasari & Munggaran, 2020):

$$T \times Pn (1)$$

Keterangan:

**T** : Total jumlah responden yang memilih

**Pn** : Pilihan angka skor Likert

Rumus Index %:

$$Index \% = \frac{X}{Y} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan:

**X** : Jumlah penilaian responden

**Y** : Total penilaian responden

Rumus Interval:

$$I = \frac{100}{Jumlah\ Skor\ Likert} \quad (3)$$

$$Maka, I = \frac{100}{5} = 20$$

Hasil ( $I$ ) = 25 (Interval jarak dari terendah 0% hingga tertinggi 100% yang ditunjukkan pada Tabel 3.7)

Tabel 3.7 Interval Penilaian Skala Likert

No	Presentase	Kriteria
1	0% - 20%	Sangat Tidak Setuju
2	21% - 40%	Tidak Setuju
3	41% - 60%	Netral
4	61% - 80%	Setuju
5	81% - 100%	Sangat Setuju

Selanjutnya hasil perhitungan diinterpretasikan dengan interpretasi nilai UAT pada Tabel 3.8 (Sambas & Ipan Ripai, 2022).

Tabel 3.8 Interpretasi Nilai UAT

No	Presentase	Kategori
1	81% - 100%	Sangat Baik (SB)
2	61% - 80%	Baik (B)
3	41% - 60%	Cukup Baik (CB)
4	21% - 40%	Tidak Baik (TB)
5	0% - 20%	Sangat Tidak Baik (STB)

### 3.6.2 Uji Coba *User Experience*

Dalam menentukan kepuasan pengguna yang dikehendaki, uji coba *user experience* (UX) diterapkan dengan menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS). SUS adalah alat survei yang telah teruji dan digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kegunaan atau *usability* suatu sistem. Dengan demikian, dapat dianalisis apakah sistem tersebut memberikan manfaat yang diharapkan bagi pengguna. Metode pengujian dilakukan melalui kuesioner yang terdiri dari sepuluh pertanyaan, serta skala Likert digunakan untuk mengukur tanggapan responden. Dalam hal responden tidak menemukan skala jawaban yang sesuai, mereka diminta untuk memilih titik tengah dari skala pengujian. Hasil akhir dari jawaban kuesioner responden akan dihitung untuk mendapatkan nilai penilaian SUS. Tabel 3.9 menguraikan sepuluh pertanyaan yang digunakan dalam metode penilaian SUS.

Tabel 3.9 Daftar Pertanyaan Metode Penilaian SUS

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya berpikir bahwa saya akan lebih sering menggunakan <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					
2	Saya menemukan kesulitan dalam menggunakan <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					
3	Saya merasa bahwa <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> mudah untuk digunakan.					
4	Saya merasa bahwa akan membutuhkan bantuan dari seseorang yang ahli dalam hal teknis untuk dapat menggunakan <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					
5	Saya menemukan bahwa berbagai fitur – fitur dalam <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> diintegrasikan dengan baik					
6	Saya merasa bahwa ada terlalu banyak ketidakkonsistenan dalam <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
7	Saya berpikir bahwa kebanyakan orang akan dapat mempelajari <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> dengan sangat cepat					
8	Saya merasa bahwa <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i> sangat rumit untuk digunakan					
9	Saya merasa sangat percaya diri untuk menggunakan <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					
10	Saya merasa perlu mempelajari banyak hal sebelum saya bisa mulai menggunakan <i>Company Profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>Website</i>					

Untuk keterangan skor penilaian SUS dengan menggunakan skala likert pada penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.10, serta Skala Likert minat positif dan negatif pada Tabel 3.11 dan Tabel 3.12.

Tabel 3.10 Skala Likert Minat Positif

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.11 Skala Likert Minat Negatif

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4

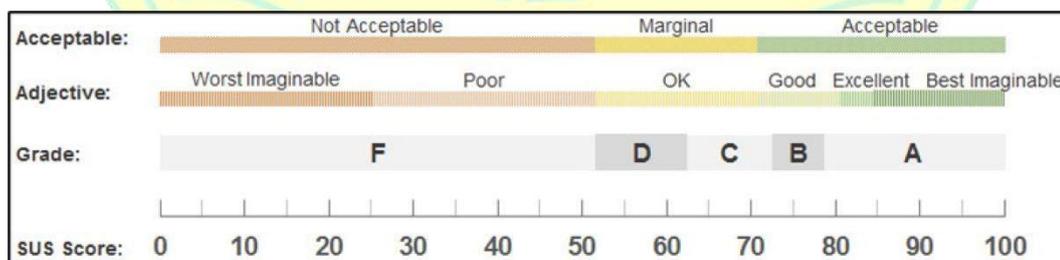
Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	5

Tabel 3.12 Keterangan Skor Penilaian SUS

Jawaban	Skor	
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Setelah memperoleh skor penilaian SUS, pertanyaan dengan nomor ganjil, skor dihitung dengan mengurangkan satu dari nilai yang dipilih. Sebagai contoh, apabila responden memilih jawaban "sangat setuju" dengan nilai lima, skornya akan dihitung dengan mengurangkan satu, sehingga skor menjadi empat, dan demikianlah skor untuk pernyataan tersebut. Sementara pada pertanyaan dengan nomor genap, skor dihitung dengan mengurangkan nilai yang dipilih dari lima. Sebagai ilustrasi, jika jawaban yang dipilih adalah "sangat tidak setuju" dengan nilai satu, skornya akan dihitung dengan mengurangkan satu dari lima, sehingga skor menjadi empat, dan demikianlah skor untuk pernyataan tersebut.

Setelah melakukan perhitungan skor untuk setiap pernyataan, skor dari kesepuluh pernyataan tersebut dijumlahkan. Hasil penjumlahan tersebut kemudian dikalikan dengan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir SUS, lalu hasil pengukuran diinterpretasikan seperti pada Gambar 3.4 dan rincian pada Tabel 3.13 dan skor akhir pada SUS tidak dapat melebihi 100 (Pratama dkk., 2021).



Gambar 3.5 Intepretasi Nilai SUS (Pratama dkk., 2021)

Tabel 3.13 Rincian Skala Penilaian Skor SUS (Kesuma, 2021)

<i>Grade</i>	<i>SUS</i>	<i>Adjective</i>	<i>Acceptable</i>
A+	84,1 – 100	<i>Best Imaginable</i>	<i>Acceptable</i>
A	80,8 – 84,0	<i>Excellent</i>	<i>Acceptable</i>
A-	78,9 – 80,7	<i>Good</i>	<i>Acceptable</i>
B+	77,2 – 78,8		<i>Acceptable</i>
B	74,1 – 77,1		<i>Acceptable</i>
B-	72,6 – 74,0		<i>Acceptable</i>
C+	71,1 – 72,5		<i>Acceptable</i>
C	65,0 – 71,0		<i>OK</i>
C-	62,7 – 64,9	<i>Marginal</i>	
D	51,7 – 62,6	<i>Marginal</i>	
E	25,1 – 51,6	<i>Poor</i>	<i>Not Acceptable</i>
F	0 – 25	<i>Worst Imaginable</i>	<i>Not Acceptable</i>

Rumus penilaian SUS:

$$\text{Nilai SUS} = \frac{\sum_{i=0}^n X_i}{N}$$

Dalam rumus tersebut, simbol  $X_i$  merujuk pada jumlah nilai yang diperoleh dari seluruh pertanyaan yang dikalikan dengan faktor 2,5 untuk responden ke- $i$ . Sementara itu, simbol  $N$  mencerminkan jumlah total responden yang terlibat dalam penilaian. Rumus ini memberikan gambaran tentang cara menghitung skor akhir SUS berdasarkan partisipasi dari setiap responden dalam penelitian. Pengujian ini akan melibatkan sepuluh pertanyaan yang diajukan kepada sepuluh calon pengguna, yang merupakan pemilik serta admin perusahaan dan individu yang berpotensi menjadi pelanggan Pacie Airbrush.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Strategy Plane

Pada tahap ini dilakukan observasi dan analisis terkait dengan, sebagai berikut:

##### 4.1.1.1 Product Objective

*Product Objective* didapatkan berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Cici Cendikya selaku pemilik Pacie Airbrush. Menurut Pak Cici, Pacie Airbrush membutuhkan *company profile* berbasis *website* untuk meningkatkan visibilitas dan akses informasi bagi pelanggan. *Company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* bertujuan untuk penunjang menjelaskan tentang Pacie Airbrush, menyajikan informasi layanan yang lengkap dan terstruktur, memberikan gambaran profil perusahaan yang lengkap. Pak Cici berharap dengan adanya *company profile* berbasis *website* dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

##### 4.1.1.2 User Needs

Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan hal yang responden butuhkan berdasarkan hasil wawancara *user persona* pada Lampiran 6. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna untuk *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website*:

Narasumber pertama bernama Cici Cendikya, Pemilik Pacie Airbrush. Pak Cici adalah seorang wirausaha yang menggunakan internet untuk berbagai keperluan, termasuk mencari informasi, mencari inspirasi seni, dan berkomunikasi. Selama berjalan usahanya, akun instagram Pacie Airbrush dirasa hanya cukup sebagai awalan untuk sebuah perusahaan, namun untuk perkembangan Pacie Airbrush, Pak Cici membutuhkan platform yang dapat membantunya untuk memberikan informasi usahanya dengan mudah dan cepat untuk calon pelanggan dan pelanggan tetap secara, membangun kredibilitas dan profesionalisme bisnisnya, menyediakan informasi yang lebih lengkap dan terstruktur kepada pelanggannya,

memperbarui informasi bisnisnya dengan mudah, dan sesuai dengan branding bisnisnya.

Narasumber kedua bernama Islah Agung Rahadi, Admin Pacie Airbrush. Pak Islah adalah pengguna internet yang aktif dengan kebutuhan yang beragam. Selama dirinya bekerja sebagai Admin di Pacie Airbrush, dirinya mengatakan penggunaan instagram Pacie Airbrush selama ini tidak menjelaskan layanan Pacie Airbrush secara jelas dan proyek yang telah dikerjakan belum dipublikasikan secara baik pada instagramnya. Menurut Pak Islah, hal ini hanya cukup untuk memberikan visual promosi namun belum dapat memberikan kesan profesional dan rincian lengkap terkait Pacie Airbrush. Berdasarkan keadaan yang ada, Pak Islah beranggapan bahwa *website* akan menjadi sangat penting untuk memberikan informasi lebih rinci dan terstruktur yang dikemas dalam sebuah *company profile* berbasis *website*. Harapan dengan adanya *company profile* tersebut, yaitu dapat membantu calon pelanggan dapat terinformasikan dengan mudah diakses, aman, dan terpercaya untuk mempelajari lebih lanjut tentang Pacie Airbrush.

Narasumber ketiga bernama Akbar Rizky Prastya, seorang calon pelanggan Pacie Airbrush. Pak Akbar adalah seorang karyawan dan pengguna internet yang gemar mencari informasi, bersosialisasi media, dan menikmati hiburan *online*. Tujuan utama Akbar dalam menggunakan internet adalah untuk riset produk atau layanan, bermedia sosial, dan menonton *streaming* video. Menurut Pak Akbar, penggunaan instagram sebagai media penyebaran informasi perusahaan saja kurang cukup, karena instagram memiliki keterbatasan fitur sebagai media sosial. Menurutnya dengan perkembangan zaman, *website* diperlukan untuk memberikan informasi baik untuk *company profile* atau penjualan produk. Pak Akbar berharap *company profile* tersebut bukan hanya informatif tapi memiliki nilai value dari perusahaan tersebut, mudah digunakan, dan memberikan detail lengkap tentang layanan dan portofolio serta fitur kontak dan lokasi.

Narasumber keempat bernama Aryadi, seorang pelanggan tetap Pacie Airbrush. Pak Aryadi adalah seorang wiraswasta yang menggunakan internet untuk mencari hiburan dan informasi, untuk bekerja, dan bersosial media untuk berkomunikasi. Menurut Pak Aryadi, sebuah perusahaan bila hanya memiliki akun instagram sebagai penyebaran informasi dirasa kurang, alangkah lebih baik bila

memiliki tempat penyebaran lainnya maka akan semakin mudah bagi berbagai kelompok pengguna mendapatkan informasi dari perusahaan. Pak Aryadi berharap *company profile* tersebut memiliki konten yang terbaru dan lengkap, fitur navigasi yang memadai, dan memiliki integrasi konten yang dapat menuju media sosial perusahaan tersebut.

Adapun hasil dari wawancara tersebut, mendapatkan *user need* sebagai perancangan desain pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Kebutuhan Pengguna

Pengguna	Kebutuhan
Pemilik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang dicari</li> <li>2. Menyediakan informasi yang terbaru dan akurat</li> <li>3. Menampilkan <i>company profile</i> yang menarik dan informatif</li> </ol>
Staff (Admin)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang jelas dan terbaru</li> <li>2. Desain responsif serta warna yang sesuai</li> <li>3. Navigasi yang mudah</li> <li>4. Kemudahan akses informasi terkait layanan</li> <li>5. Portofolio yang ditampilkan dengan baik</li> </ol>
Calon Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang informatif dan memiliki nilai dari perusahaan</li> <li>2. Mudah digunakan</li> <li>3. Fitur kontak dan lokasi</li> <li>4. Memberikan detail lengkap tentang layanan dan portofolio</li> </ol>
Pelanggan Tetap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan informasi yang terbaru dan akurat</li> <li>2. Menampilkan informasi terstruktur dengan baik</li> <li>3. Menyediakan fitur yang lengkap dan bermanfaat</li> <li>4. Mengintegrasikan konten dengan media sosial</li> </ol>

#### 4.1.1.3 User Persona

Pada tahap *user persona*, peneliti menentukan hasil analisis tokoh persona yang telah dilakukan wawancara *user persona*. *User persona* dibuat oleh peneliti dengan menampilkan data seperti pada Gambar 4.1–4.4.



Gambar 4.1 User Persona Pemilik



Gambar 4.2 User Persona Admin



Gambar 4.3 User Persona Calon Pelanggan



Gambar 4.4 User Persona Pelanggan Tetap

#### 4.1.2 Scope Plane

Pada tahap *scope plane*, peneliti membuat *Outline Requirements*, menetapkan spesifikasi fungsional (*functional specifications*) yang mencakup fitur-fitur yang diperlukan dan skenario pengguna terhadap desain.

#### 4.1.2.1 *Outline Requirments*

Dalam tahap ini, peneliti mengidentifikasi kebutuhan dasar produk berdasarkan tujuan dan kebutuhan pengguna. Berikut ini merupakan rincian dari *Outline Requirments* berdasarkan kebutuhan:

##### 1. Sasaran Sistem

- a. Pemilik Pacie Airbrush
- b. Admin Pacie Airbrush
- c. Calon Pelanggan
- d. Pelanggan Tetap

##### 2. Persyaratan Tampilan

###### a. Halaman Beranda

- a) Bilah Navigasi
- b) *Background* Carousel Portofolio
- c) Nama Perusahaan dan Slogan
- d) Pratinjau Tentang Kami
- e) Pratinjau Status Perusahaan
- f) Pratinjau Layanan
- g) Pratinjau Kontak Kami
- h) *Footer*

###### b. Halaman Tentang Kami

- a) Bilah Navigasi
- b) *Background* Ilustrasi Perusahaan
- c) Menampilkan *Header* Tentang Kami
- d) Menampilkan Tentang Perusahaan
- e) Menampilkan Sejarah Perusahaan
- f) Menampilkan Visi Perusahaan
- g) Menampilkan Misi Perusahaan
- h) *Footer*

###### c. Halaman Layanan (Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya)

- a) Bilah Navigasi
- b) Menampilkan *Header* Layanan
- c) Menampilkan Deskripsi Layanan

- d) Pratinjau Portofolio sesuai Layanan
- e) *Footer*
- d. Halaman Portofolio
  - a) Bilah Navigasi
  - b) Menampilkan *Header* Portofolio
  - c) Menampilkan Konten Portofolio
  - d) Tombol Tampilan Lebih Banyak
  - e) Tombol Tampilan Lebih Sedikit
  - f) *Footer*
- e. Halaman Isi Portofolio
  - a) Bilah Navigasi
  - b) Menampilkan *Header* Isi Portofolio
  - c) Menampilkan Gambar Portofolio
  - d) Tombol Kembali
  - e) *Footer*
- f. Halaman FAQ (*Frequently Asked Questions*)
  - a) Bilah Navigasi
  - b) *Background* FAQ
  - c) Menampilkan *Header* FAQ
  - d) Menampilkan Konten FAQ
  - e) *Footer*
- g. Halaman Kontak Kami
  - a) Bilah Navigasi
  - b) *Background* Halaman
  - c) Menampilkan *Header* Kontak Kami
  - d) Menampilkan Alamat, Whatsapp, *E-mail*, Instagram
  - e) Menampilkan Lokasi Alamat
  - f) Menampilkan Formulir Pesan
  - g) *Footer*

#### 4.1.2.2 Spesifikasi Fungsional Konten

Setelah *outline requirements* ditetapkan, langkah selanjutnya adalah merinci fitur-fitur dan fungsionalitas produk atau layanan dalam *Functional Specifications*.

Ini mencakup deskripsi rinci tentang apa yang diharapkan dari setiap fitur, bagaimana fitur tersebut akan berinteraksi dengan pengguna, dan apa yang diharapkan sebagai hasilnya.

Tabel 4.2 Tabel Spesifikasi Fungsional dan *Content Requirments Company Profile Pacie Airbrush berbasis Website*

No	Fungsi	Keterangan
1	Beranda	Menampilkan informasi utama tentang website yaitu logo, nama perusahaan, slogan, dan deskripsi singkat tentang perusahaan, status, layanan yang ditawarkan dan kontak perusahaan.
2	Tentang Kami	Menampilkan informasi tentang perusahaan, sejarah, visi dan misi perusahaan
3	Layanan (Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya)	Menampilkan informasi detail tentang layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti deskripsi layanan dan pratinjau portofolio layanan.
4	Portofolio	Menampilkan contoh pekerjaan perusahaan.
5	Isi Konten Portofolio	Menampilkan informasi detail tentang proyek yang telah dikerjakan perusahaan.
6	FAQ	Menampilkan halaman yang menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan.
7	Kontak Kami	Menampilkan informasi kontak perusahaan yaitu alamat lokasi, nomor whatsapp, alamat email, serta akun instagram, dan formulir pesan kepada perusahaan.

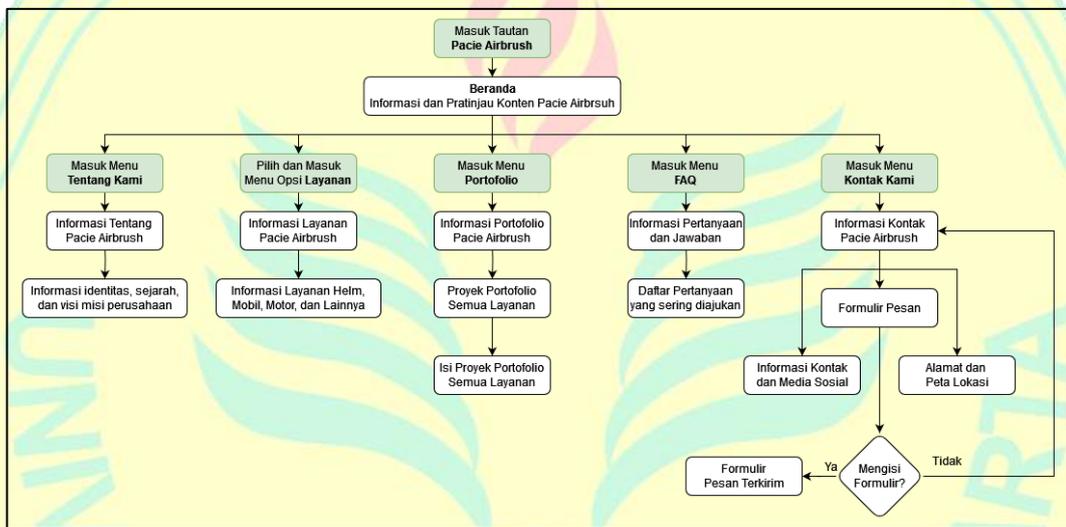
#### 4.1.2.3 Skenario Pengguna

Pacie Airbrush menawarkan pengalaman pengguna yang lengkap dan terstruktur melalui berbagai halaman *website*-nya. Di Beranda, pengunjung disambut dengan gambaran umum yang menarik tentang Pacie Airbrush, termasuk pratinjau tentang perusahaan, status perusahaan, layanan, dan kontak perusahaan. Halaman Tentang Kami memberikan informasi mendalam tentang perusahaan sejarah, visi dan misi perusahaan yang memastikan kredibilitas dan transparansi perusahaan. Pada halaman Layanan, pengunjung dapat menemukan deskripsi detail tentang layanan helm, mobil, motor, dan lainnya, termasuk deskripsi layanan dan pratinjau portofolio dari masing-masing layanan. Portofolio menampilkan karya terbaik dengan gambar berkualitas tinggi yang dapat meyakinkan calon pelanggan tentang kualitas pekerjaan Pacie Airbrush. Isi Konten Portofolio menyediakan detail proyek yang lebih mendalam, dengan gambar berkualitas tinggi. FAQ

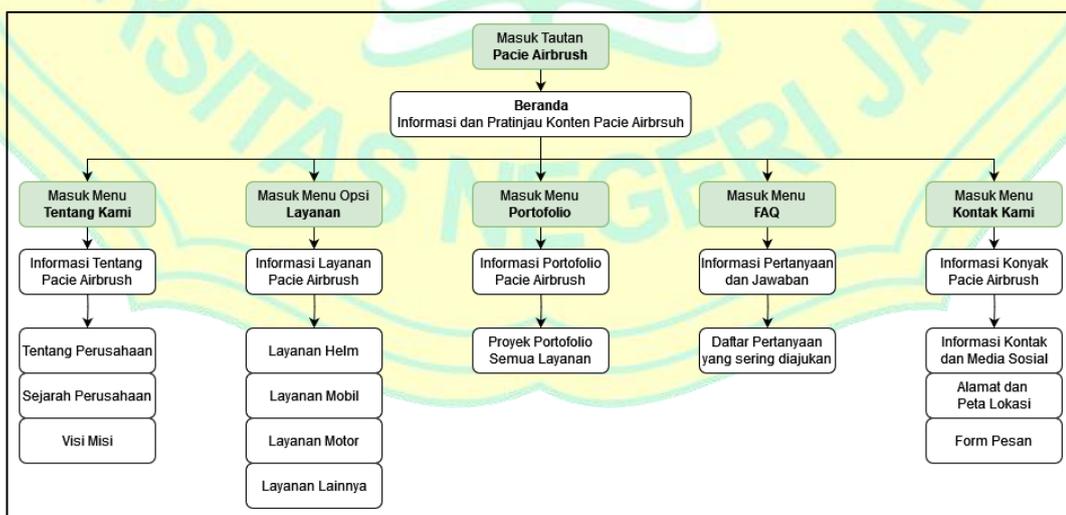
menjawab pertanyaan umum dengan jelas, dan memastikan pelanggan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Terakhir, halaman Kontak Kami menyediakan semua informasi kontak yang relevan dan formulir kontak yang berfungsi dengan baik, memastikan komunikasi yang mudah dan efisien antara Pacie Airbrush dan pelanggannya.

**4.1.3 Structure Plane**

Pada tahap ini dirancang *user flow* dan arsitektur informasi *company profile* berbasis Pacie Airbrush *website* pada Gambar 4.5 dan Gambar 4.6.



Gambar 4.5 *User Flow Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website*



Gambar 4.6 *Arsitektur Informasi Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website*

Struktur *website* dibangun dengan menu yang telah didefinisikan pada tahap sebelumnya yaitu *scope plane*, adapun rincian fungsi halaman dalam Gambar 4.5 sebagai berikut:

#### 4.1.3.1 Beranda

Beranda atau halaman utama merupakan halaman yang menyambut pengguna ke dalam perusahaan. Sebagai halaman pertama yang dilihat oleh pengguna saat mengakses *website*, "Beranda" memiliki peran memberikan gambaran menyeluruh perusahaan. Fungsi utama "Beranda" adalah memberikan pengantar singkat mengenai tentang perusahaan, serta menampilkan cuplikan mengenai status, layanan, dan kontak perusahaan.

#### 4.1.3.2 Tentang Kami

Tentang Kami merupakan bagian dari sebuah *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang identitas, sejarah, visi dan misi perusahaan kepada pengunjung.

#### 4.1.3.3 Layanan

Layanan merupakan bagian dari *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan informasi rinci mengenai berbagai layanan atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Melalui fitur ini, pengguna dapat dengan mudah mempelajari tentang jenis layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta memahami bagaimana layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau masalah yang mereka hadapi.

#### 4.1.3.4 Portofolio

Portofolio merupakan wadah yang dirancang khusus untuk menampilkan hasil dari berbagai layanan atau proyek yang telah berhasil diselesaikan oleh perusahaan. Halaman "Portofolio" berfungsi sebagai galeri yang memperlihatkan kepada pengguna beragam layanan atau proyek yang telah dikerjakan oleh perusahaan.

#### 4.1.3.5 FAQ (*Frequently Asked Questions*)

FAQ adalah sarana yang disediakan oleh perusahaan untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan atau calon pelanggan mengenai layanan atau kebijakan perusahaan. Halaman "FAQ" bertujuan untuk memberikan

informasi yang jelas dan tepat tentang topik umum yang sering membingungkan atau membutuhkan penjelasan tambahan.

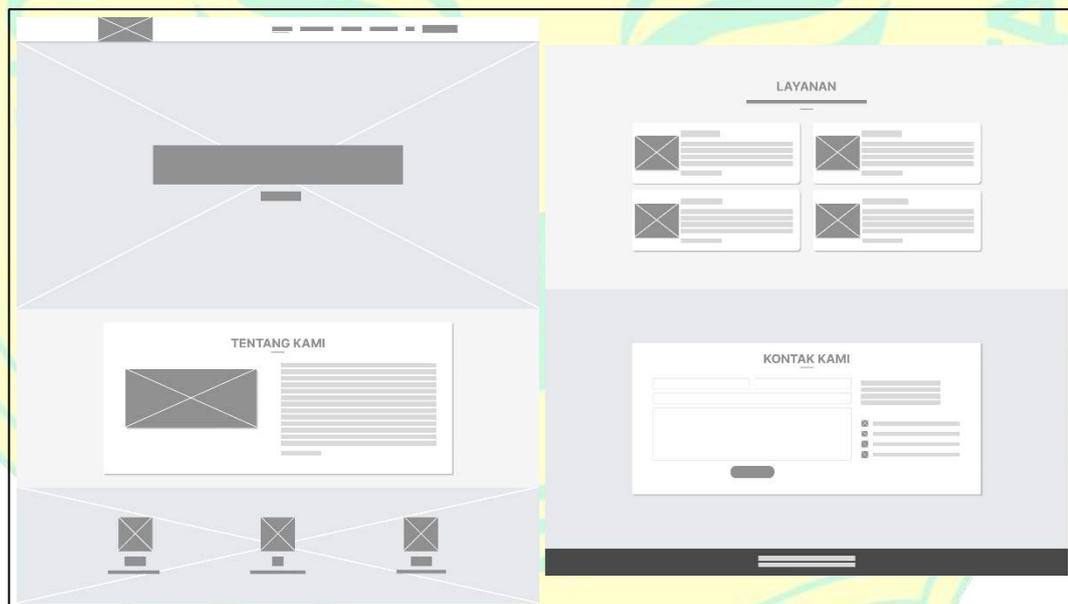
#### 4.1.3.6 Kontak Kami

Kontak Kami adalah sarana komunikasi yang disediakan oleh perusahaan untuk memfasilitasi interaksi antara pengguna *website* dengan perusahaan. Halaman "Kontak Kami" berisi informasi lengkap mengenai alamat serta peta lokasi, nomor telepon, alamat email, dan formulir pesan.

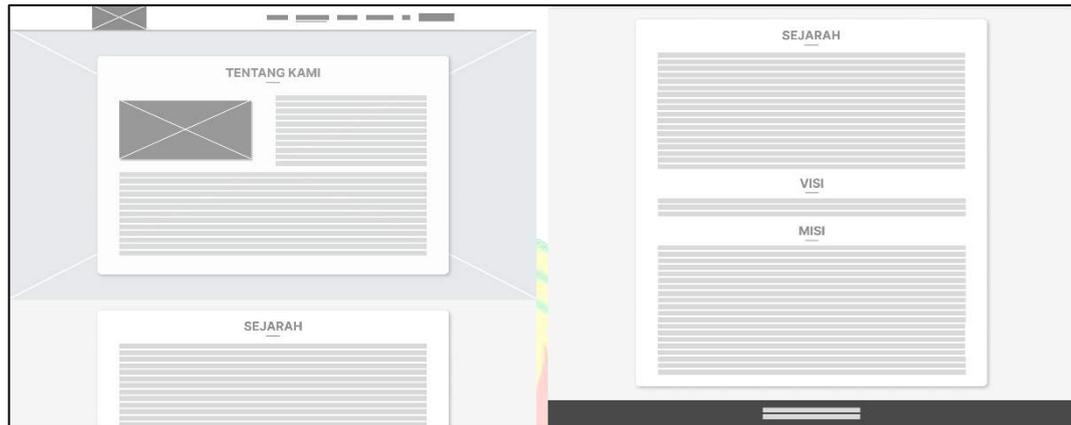
#### 4.1.4 *Skeleton Plane*

##### 4.1.4.1 Prototipe *Low-Fidelity*

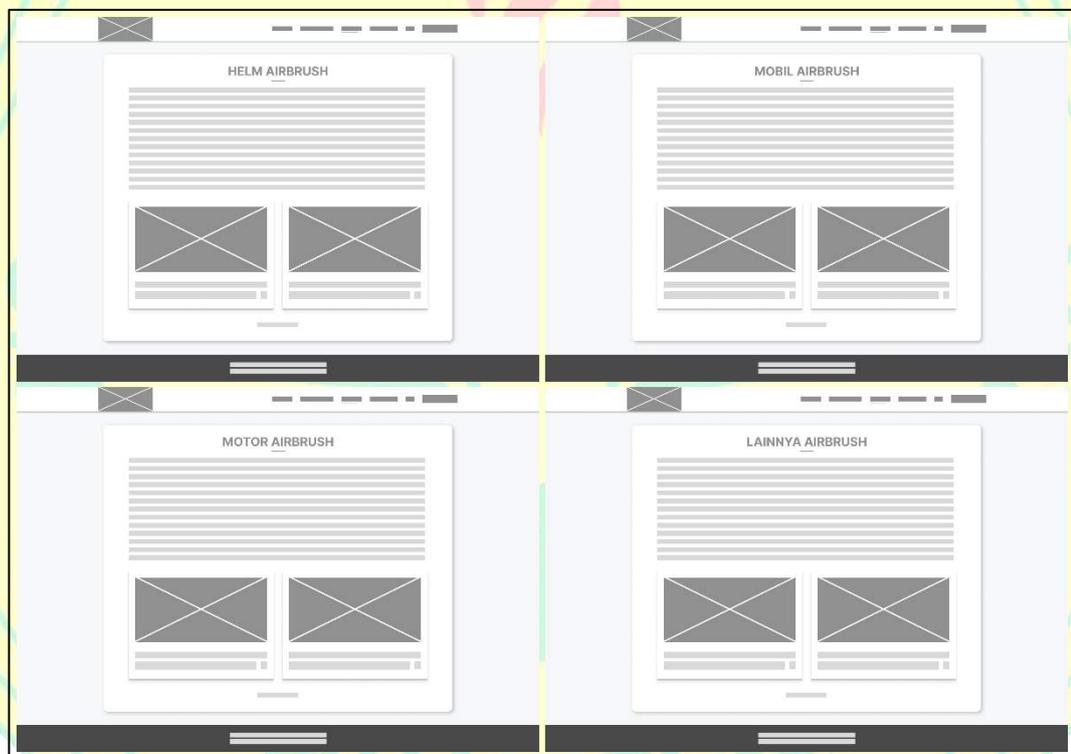
Prototipe *low-fidelity* yang merupakan perwujudan dari desain interaksi pada tahap *structure plane* versi awal dari desain yang dirancang. Prototipe *low-fidelity* ini fokus terhadap perancangan antarmuka *website* yang meliputi penempatan elemen-elemen seperti penempatan tombol, elemen kontrol, foto, dan blok teks. Berikut ini adalah *wireframe* pada tampilan *desktop* dan *mobile*:



Gambar 4.7 *Wireframe Desktop* Halaman Beranda



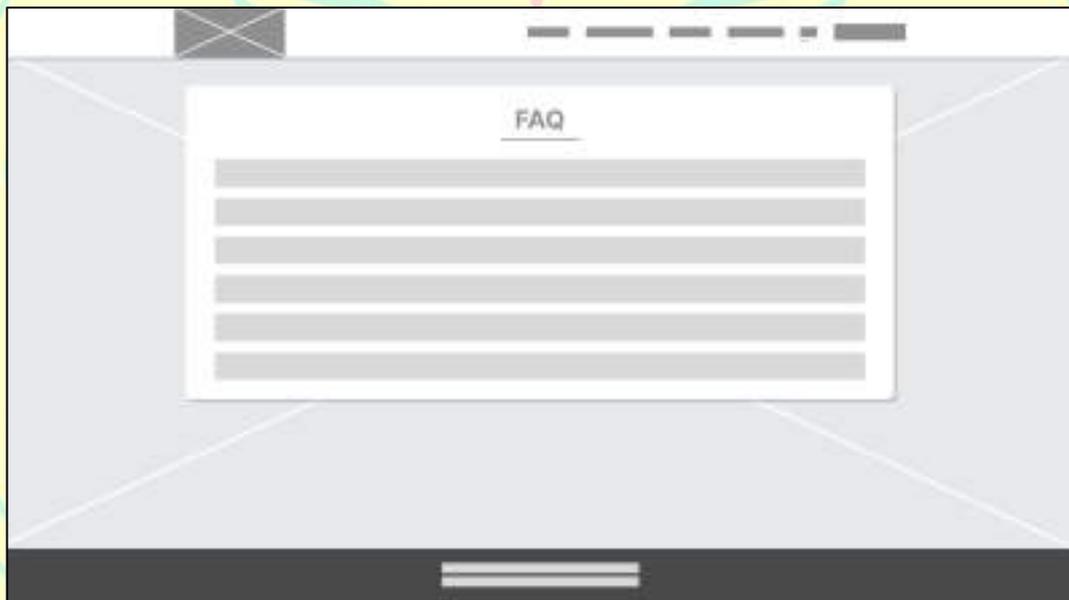
Gambar 4.8 *Wireframe Desktop* Halaman Tentang Kami



Gambar 4.9 *Wireframe Desktop* Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya



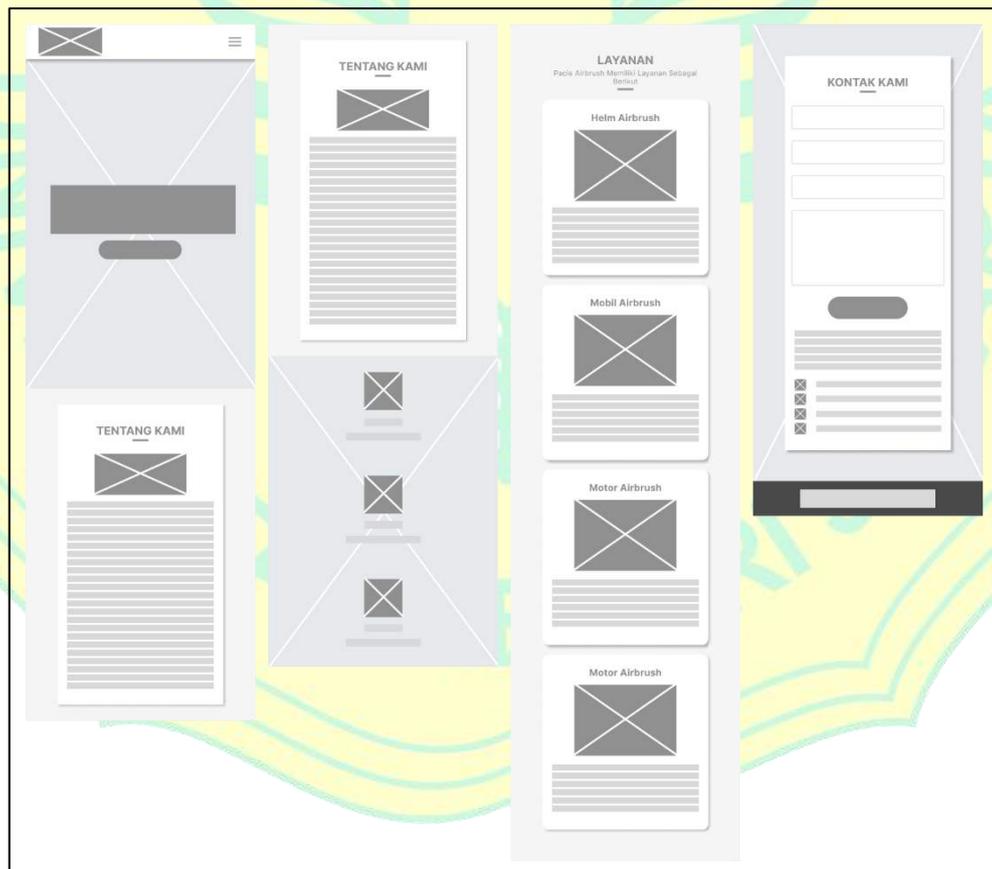
Gambar 4.10 *Wireframe Desktop* Halaman Portofolio dan Isi Portofolio



Gambar 4.11 *Wireframe Desktop* Halaman FAQ



Gambar 4.12 Wireframe Desktop Halaman Kontak Kami



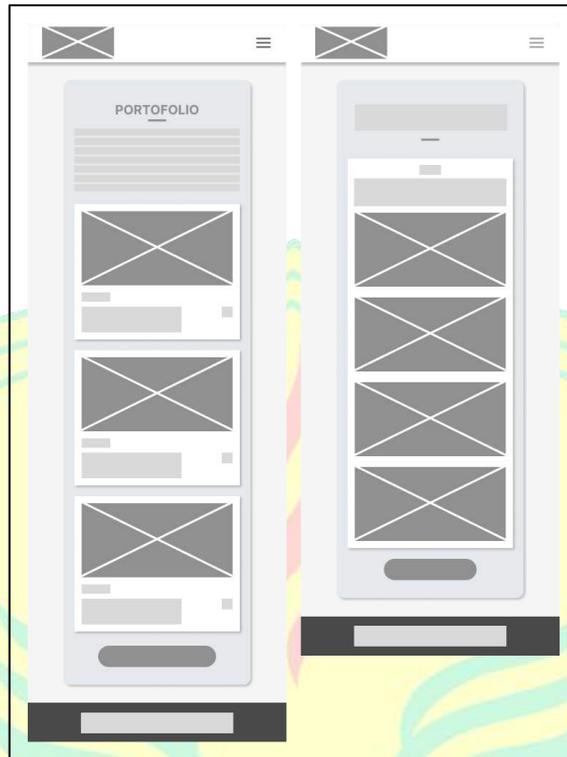
Gambar 4.13 Wireframe Mobile Halaman Beranda



Gambar 4.14 *Wireframe Mobile* Halaman Tentang Kami



Gambar 4.15 *Wireframe Mobile* Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya



Gambar 4.16 *Wireframe Mobile* Halaman Portofolio



Gambar 4.17 *Wireframe Mobile* Halaman FAQ dan Kontak Kami



Gambar 4.18 *Wireframe Mobile* Halaman Menu Navigasi

Setelah desain *wireframe* telah dibuat, maka tahapan selanjutnya adalah perancangan *mockup* pada *Surface Plane*. *Mockup* yang dibuat akan mengacu pada *wireframe* yang telah dirancang. Desain sistem akan digunakan sebagai acuan *asset* dan komponen agar desain yang dirancang memiliki konsistensi yang stabil.

#### 4.1.5 *Surface Plane*

Tahap *Surface Plane* adalah mengimplementasikan *wireframe low-fidelity* menjadi pembuatan prototipe *mockup high-fidelity*. Dalam penelitian ini, pengembangan prototipe *mockup high-fidelity* menggunakan perangkat lunak

bernama Figma. Tampilan dari *mockup high-fidelity company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* terbagi menjadi dua, yaitu tampilan *desktop* dan tampilan *mobile*. Berikut ini adalah *style guide* pada Gambar 4.18, serta *mockup* dari tampilan *desktop* pada Gambar 4.19–35 dan tampilan *mobile* pada Gambar 4.36–44:

### 1. Guide Syle Company Profile Pacie Airbrush



Gambar 4.19 Guide Syle Company Profile Pacie Airbrush

Berdasarkan Gambar 4.18, *style guide website* Pacie Airbrush mencakup beberapa elemen penting yang mendefinisikan tampilan dan nuansa *website*. Berikut ini adalah deskripsi detailnya:

#### a. Logo.

Berikut ini merupakan penjelasan dari logo Pacie Airbrush yang tercantum dalam desain *website*:

- Logo Pacie Airbrush memiliki desain yang sederhana dan modern dengan kombinasi dua warna, yaitu biru dan putih.
- Logo terdiri dari dua bagian, yaitu teks "Pacie" dan teks "AIRBRUSH".

- Teks "Pacie" menggunakan font Inter Bold dengan warna biru, sedangkan teks "AIRBRUSH" menggunakan font Montserrat Bold dengan warna putih.
- Logo Pacie Airbrush dapat digunakan dalam berbagai ukuran dan format, termasuk untuk website, media sosial, dan materi cetak.

#### b. Palet Warna.

Palet warna website Pacie Airbrush terdiri dari 6 warna utama yaitu:

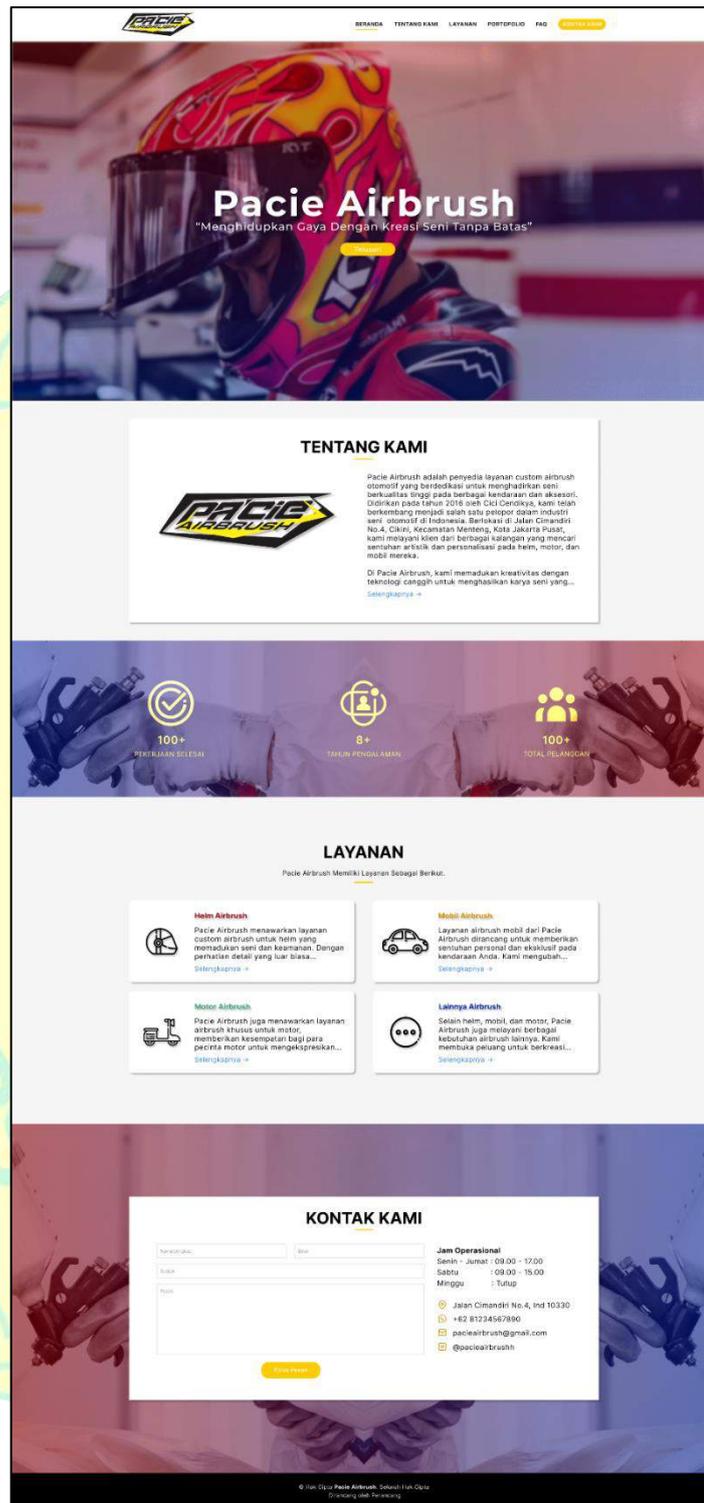
- Putih (#FFFFFF)
- Hitam (#000000)
- Kuning (#FFCC00)
- Oranye (#D29500)
- Merah (#9F000A)
- Biru (#0221AA)

Warna putih dan hitam digunakan sebagai warna dasar *website*, sedangkan warna kuning, oranye, merah, dan biru digunakan sebagai warna aksen. Palet warna ini dapat digunakan untuk berbagai elemen *website*, seperti teks, latar belakang, dan ikon.

#### c. Tipografi.

Website Pacie Airbrush menggunakan dua jenis font utama, yaitu Inter dan Montserrat. Font Inter digunakan untuk teks yang lebih panjang, seperti paragraf dan heading, penggunaan Inter karena memiliki desain yang modern dan mudah dibaca. Font Montserrat digunakan untuk teks yang lebih pendek, seperti judul dan tombol, penggunaan Montserrat karena memiliki desain yang lebih tebal dan menarik perhatian. Ukuran font yang digunakan di website Pacie Airbrush bervariasi tergantung pada jenis teksnya. Warna font yang digunakan di website Pacie Airbrush adalah hitam (#000000) atau putih (#FFFFFF), tergantung pada latar belakangnya.

## 2. Mockup Desktop Halaman Beranda

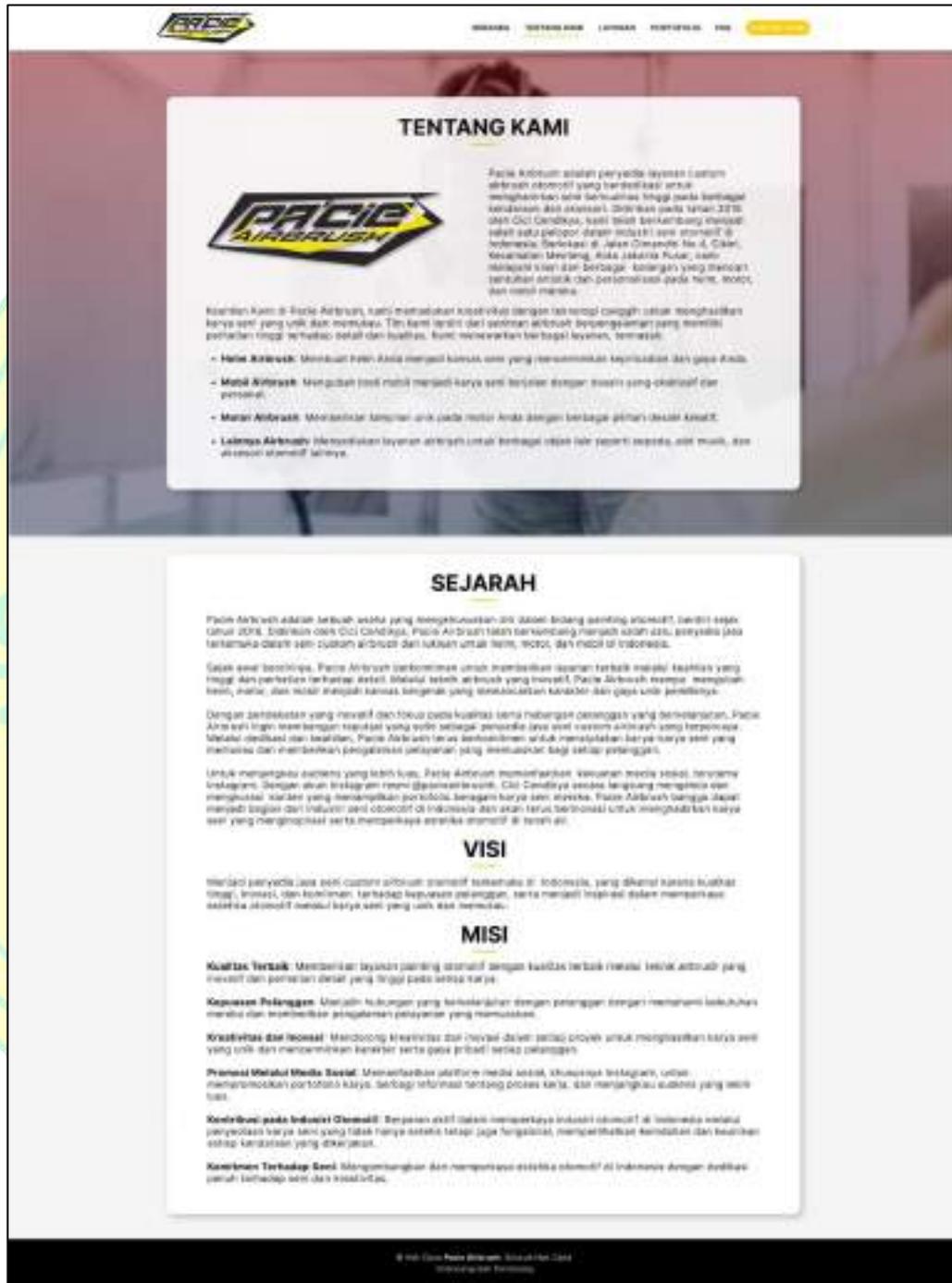


Gambar 4.20 Mockup Desktop Halaman Beranda

Halaman Beranda pada Gambar 4.19 merupakan halaman yang menyambut pengguna ke dalam perusahaan. Sebagai halaman pertama yang dilihat oleh pengguna saat mengakses *website*, "Beranda" memberikan pengantar singkat

mengenai tentang perusahaan, serta menampilkan cuplikan mengenai status, layanan, dan kontak perusahaan.

### 3. Mockup Desktop Halaman Tentang Kami



Gambar 4.21 Mockup Desktop Halaman Tentang Kami

Tentang Kami pada Gambar 4.19 merupakan bagian dari sebuah *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang identitas, sejarah, visi dan misi perusahaan kepada pengunjung.

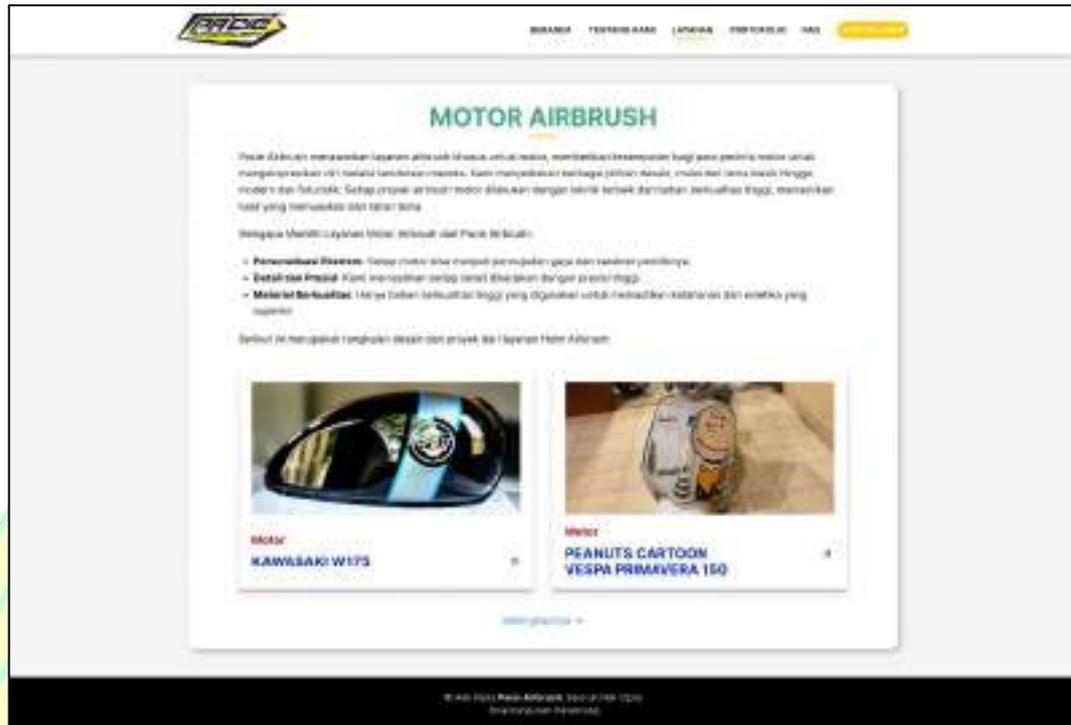
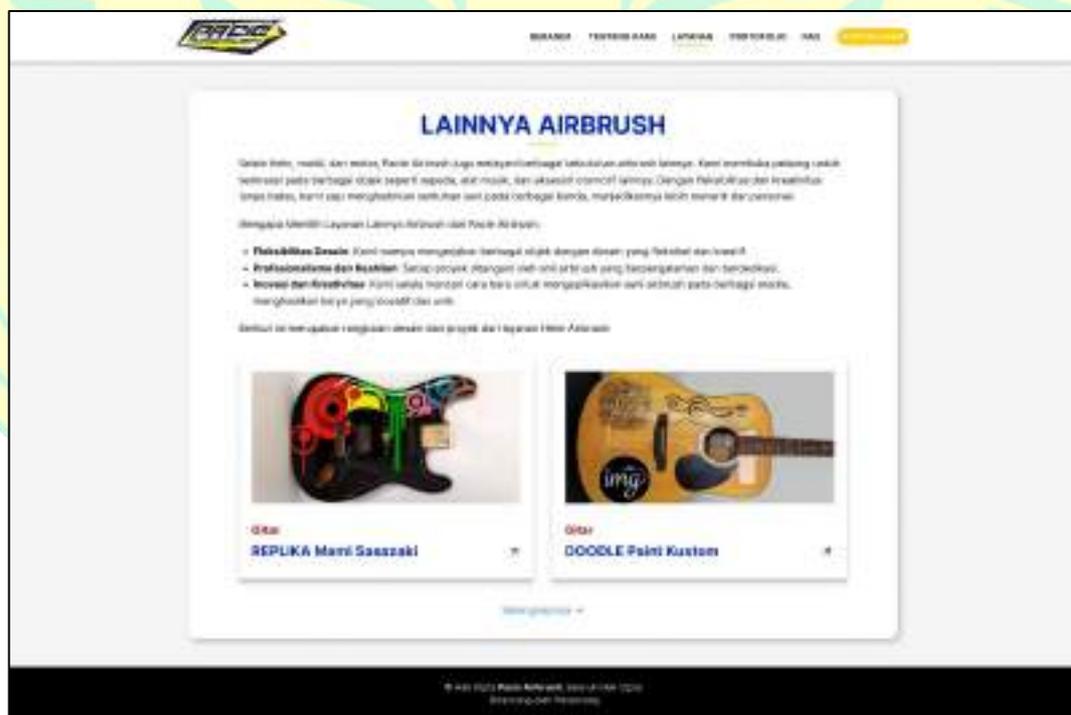
#### 4. *Mockup Desktop* Halaman Layanan



Gambar 4.22 *Mockup Desktop* Halaman Layanan Helm

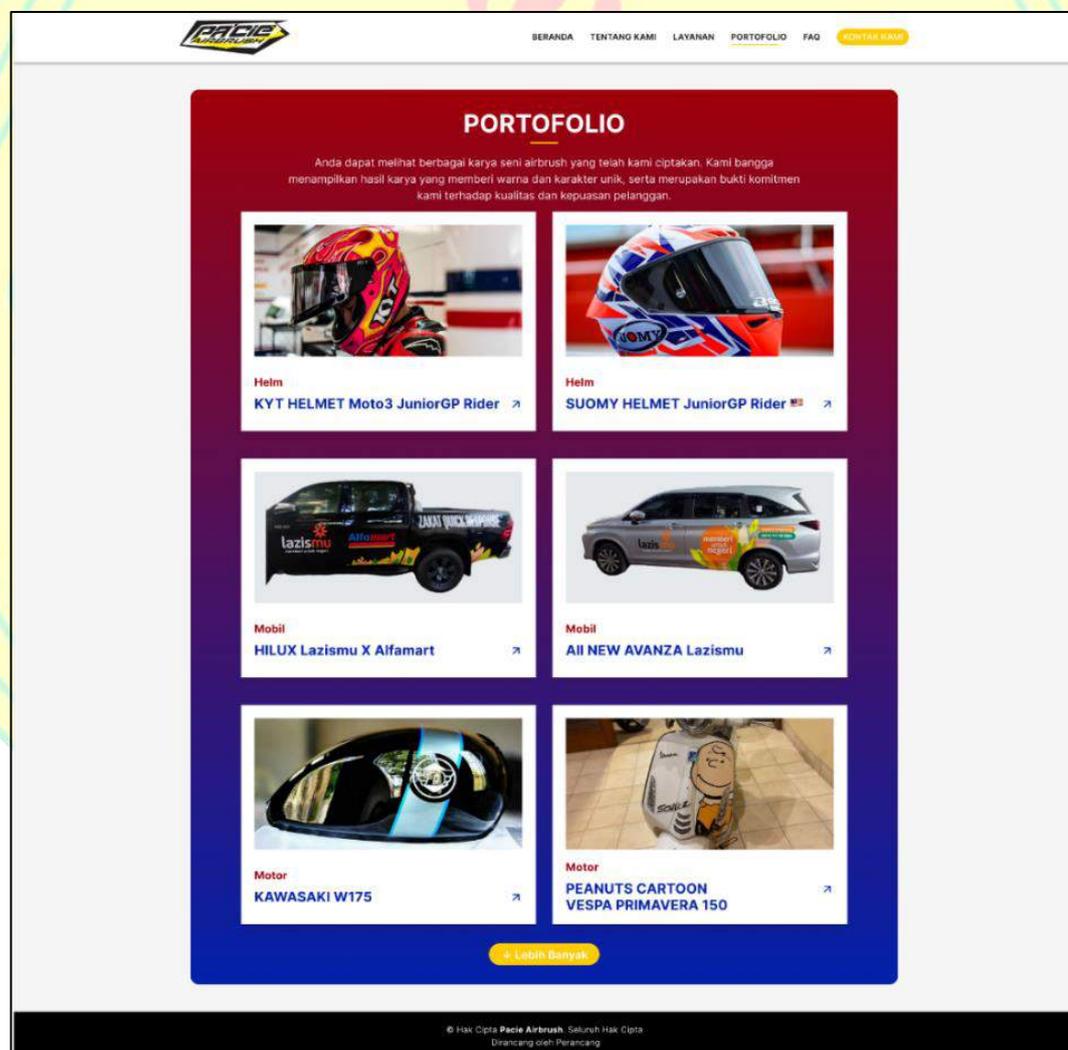


Gambar 4.23 *Mockup Desktop* Halaman Layanan Mobil

Gambar 4.24 *Mockup Desktop* Halaman Layanan MotorGambar 4.25 *Mockup Desktop* Halaman Layanan Lainnya

Halaman Layanan pada Gambar 4.21–24 merupakan bagian dari *website company profile* yang bertujuan untuk memberikan informasi rinci mengenai berbagai layanan atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Melalui fitur ini, pengguna dapat dengan mudah mempelajari tentang jenis layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta memahami bagaimana layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau masalah yang mereka hadapi. Pada halaman ini, pengguna juga diberikan pratinjau dari konten portofolio masing-masing layanan dan dapat ditekan kemudian mengakses menuju pada Halaman Isi Portofolio berdasarkan konten yang dipilih.

### 5. *Mockup Desktop* Halaman Portofolio dan Isi Portofolio



Gambar 4.26 *Mockup Desktop* Halaman Portofolio



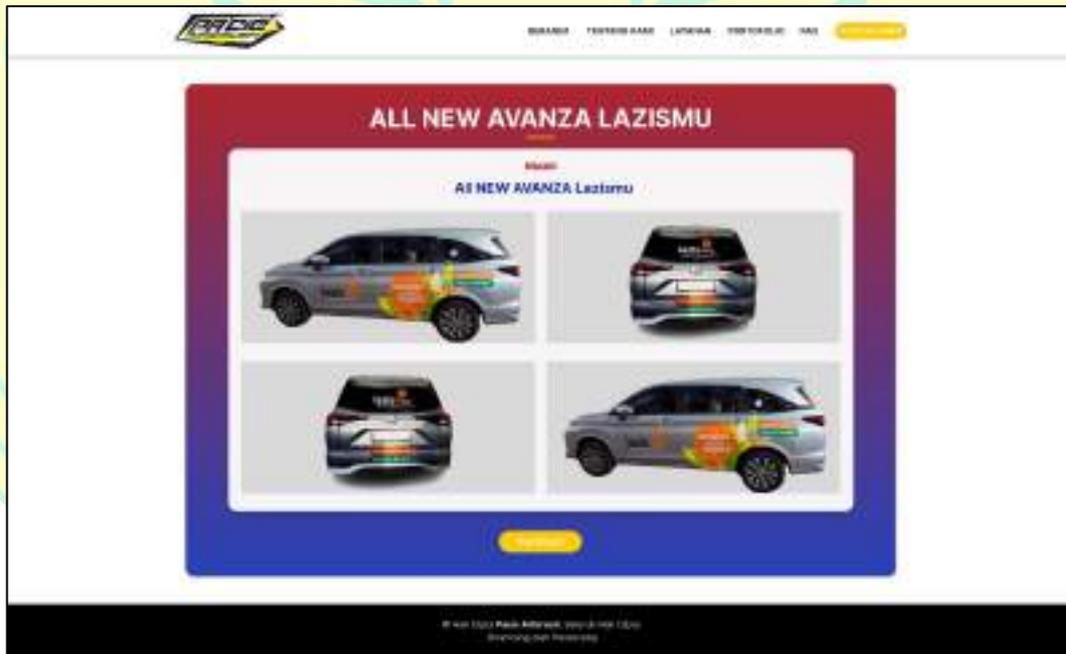
Gambar 4.27 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Helm 1



Gambar 4.28 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Helm 2



Gambar 4.29 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Mobil 1



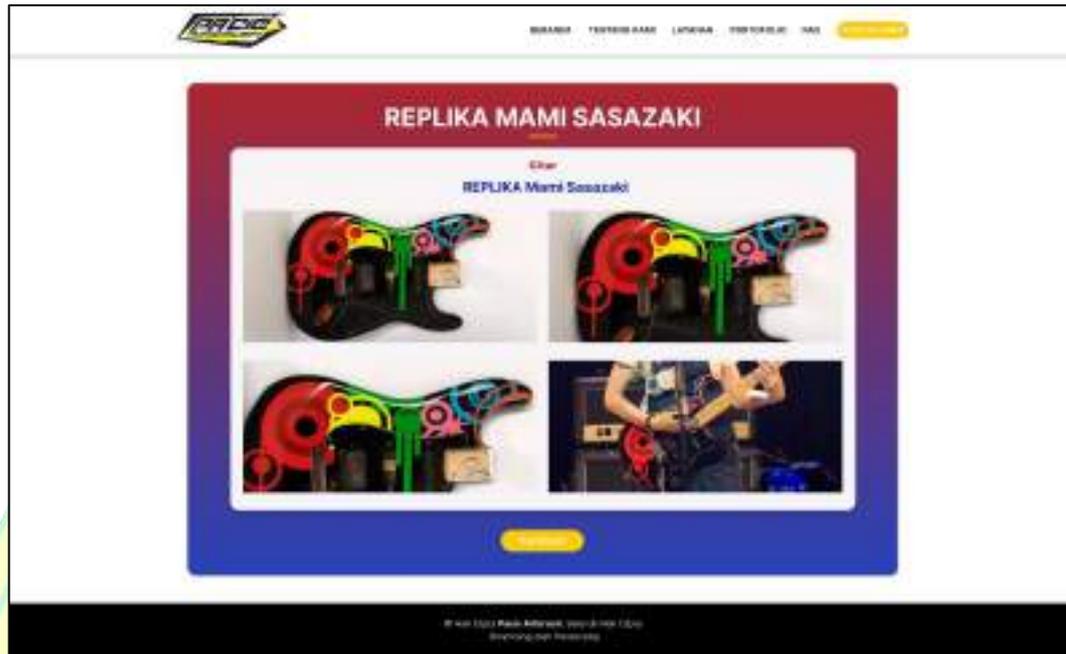
Gambar 4.30 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Mobil 2



Gambar 4.31 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Motor 1



Gambar 4.32 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Motor 2



Gambar 4.33 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Lainnya 1

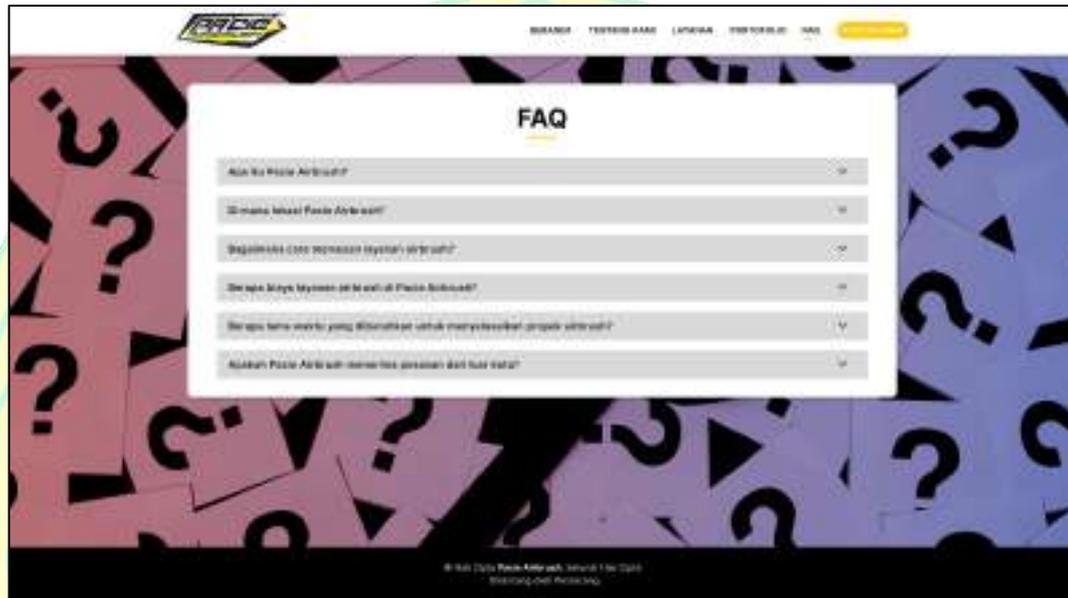


Gambar 4.34 *Mockup Desktop* Halaman Isi Portofolio Lainnya 2

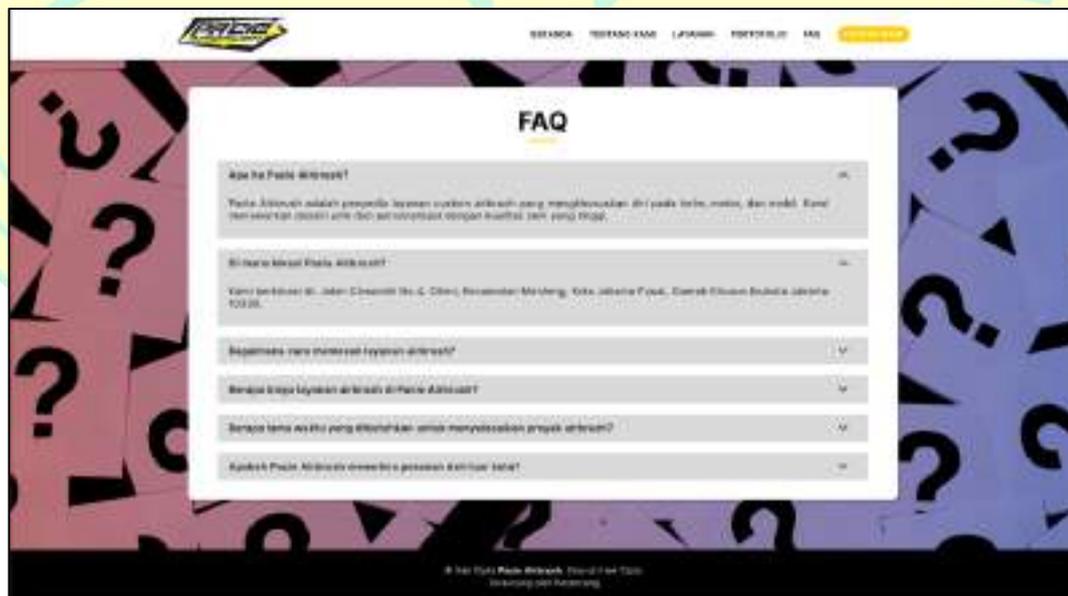
Halaman Portofolio pada Gambar 4.25 merupakan halaman yang dirancang khusus untuk menampilkan hasil dari berbagai layanan atau proyek yang telah berhasil diselesaikan oleh perusahaan. Pada halaman ini, tersedia tombol “Lebih Banyak” untuk menampilkan konten portofolio lebih banyak. Pada Halaman

"Portofolio" memiliki konten portofolio yang dapat ditekan, lalu akan mengakses menuju Halaman Isi Portofolio pada Gambar 4.26–33 berdasarkan konten yang dipilih oleh pengguna serta *button* “Kembali” yang akan menuju halaman sebelumnya.

#### 6. Mockup Desktop Halaman FAQ



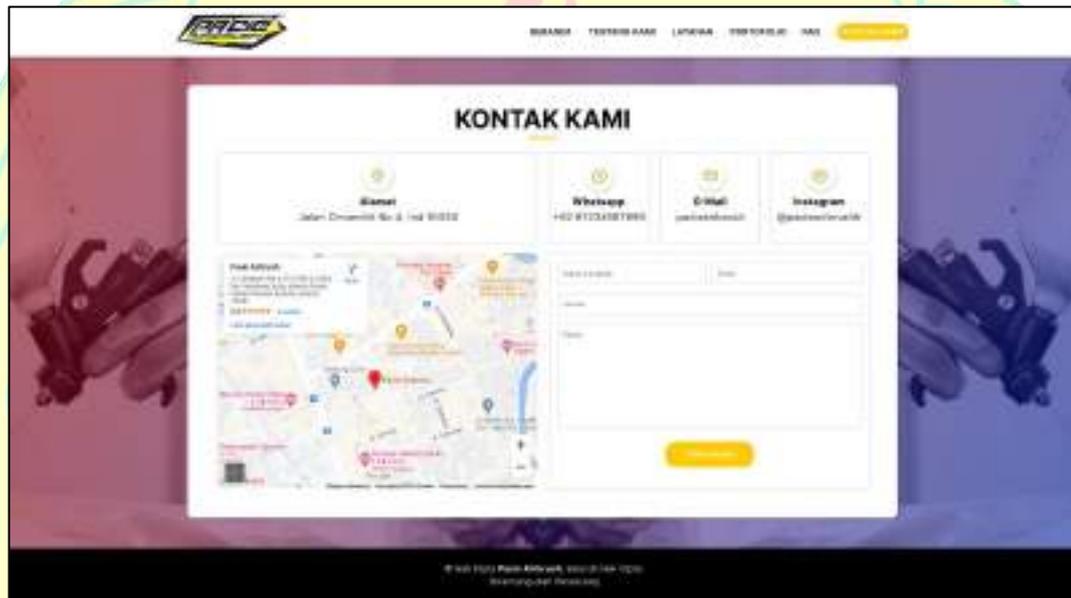
Gambar 4.35 *Mockup Desktop* Halaman FAQ



Gambar 4.36 *Mockup Desktop* Halaman FAQ keadaan *collapse show*

FAQ adalah halaman yang disediakan untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan atau calon pelanggan mengenai layanan atau kebijakan perusahaan. Halaman "FAQ" bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan tepat tentang topik umum yang sering membingungkan atau membutuhkan penjelasan tambahan. Pada halaman ini, pengguna dapat memiilih lalu menekan berdasarkan pertanyaan yang disediakan lalu, kotak pertanyaan akan bergulir ke bawah seperti pada Gambar 4.35.

#### 7. *Mockup Desktop* Halaman Kontak Kami



Gambar 4.37 *Mockup Desktop* Halaman Kontak Kami

Gambar 4.38 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan kosong

David Akbar Rangkuti

rangkuti@gmail.com

Subjek

Pesan

Kirim Pesan

Gambar 4.39 Proses saat pengisian formulir pesan

David Akbar Rangkuti

rangkuti@gmail.com

Halo Saya David Dari Perusahaan A

Salam, Saya David Dari...

Kirim Pesan

Gambar 4.40 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan terisi

David Akbar Rangkuti

rangkuti@gmail.com

Halo Saya David Dari Perusahaan A

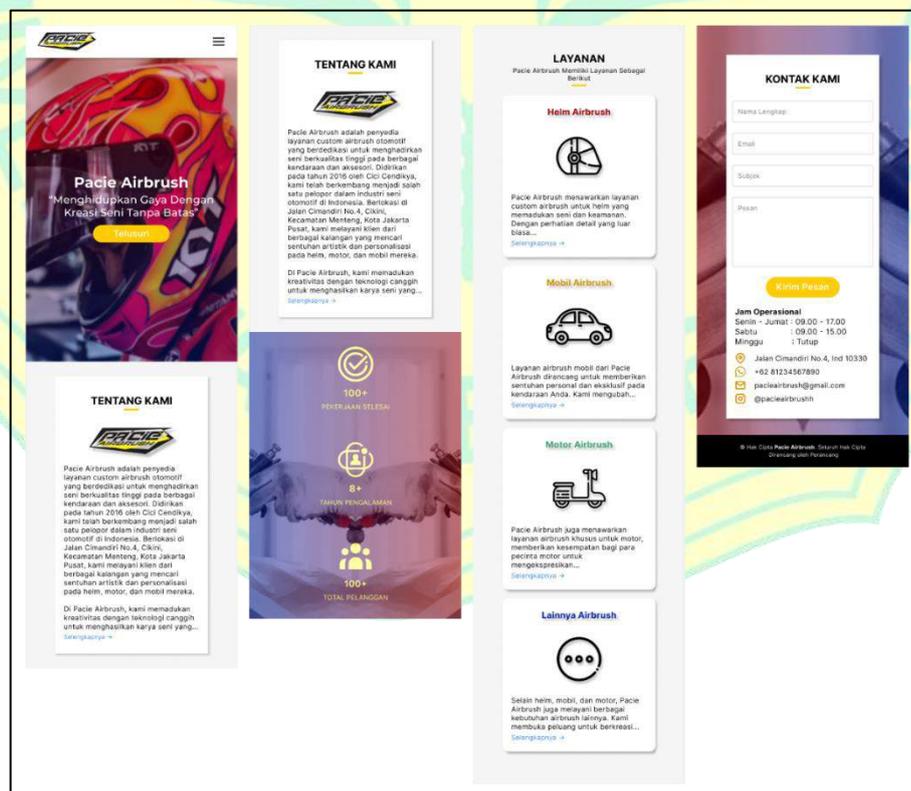
Salam, Saya David Dari...

Pesan Terkirim

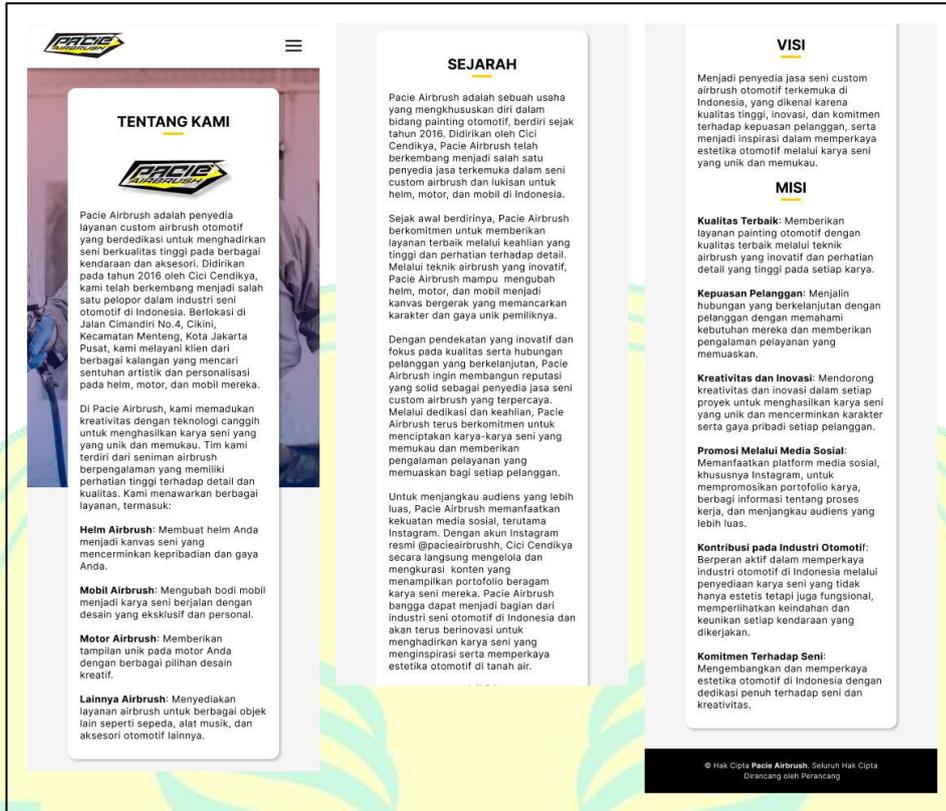
Gambar 4.41 Interaksi tombol “Kirim Pesan” saat formulir pesan terkirim

Kontak Kami adalah sarana komunikasi yang disediakan oleh perusahaan untuk memfasilitasi interaksi antara pengguna *website* dengan perusahaan. Halaman "Kontak Kami" berisi informasi lengkap mengenai alamat serta peta lokasi, nomor telepon, alamat email, dan formulir pesan. Pada halaman ini, pengguna dapat memilih alamat serta peta lokasi, nomor telepon, dan alamat email, lalu ketika pengguna memilih salah satunya maka akan menuju tautan yang telah terintegrasi berdasarkan apa yang dipilih oleh pengguna. Pada formulir pesan, pengguna dapat mengisi formulir berdasarkan keinginan pengguna serta bila pengguna belum mengisi form, maka tombol "Kirim Pesan" akan berubah seperti pada Gambar 4.37. Saat pengguna melakukan pengisian, formulir pesan menampilkan proses pengisian seperti pada Gambar 4.38 serta pada Gambar 4.39 saat pengguna telah selesai melakukan pengisian formulir pesan dan pada Gambar 4.40 adalah interaksi formulir pesan terkirim dengan berubahnya tombol "Kirim Pesan" menjadi "Pesan Terkirim", kemudian formulir pesan akan kembali kosong seperti pada Gambar 4.36.

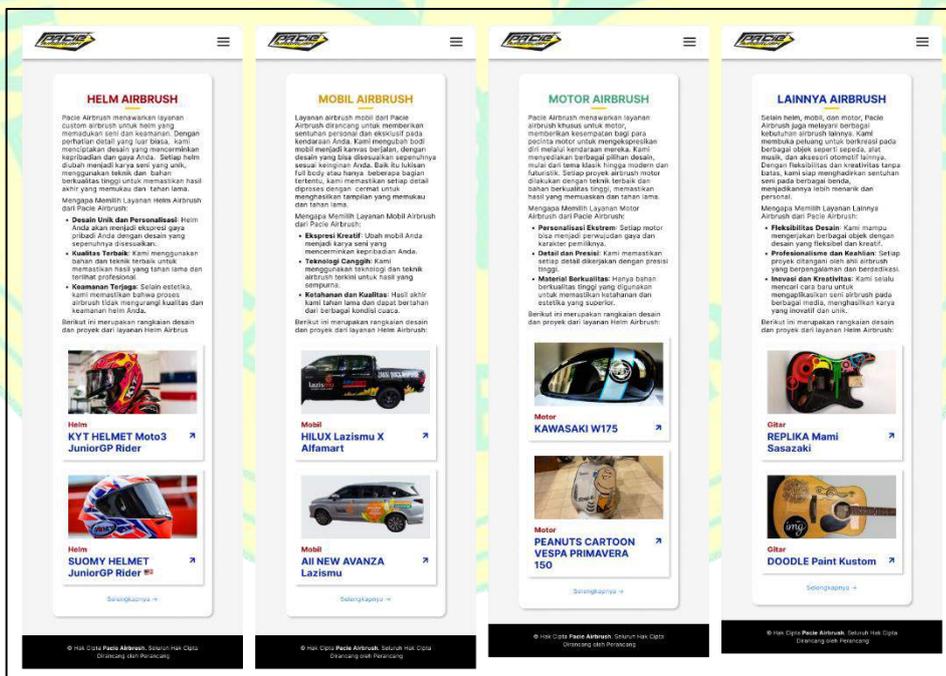
## 8. *Mockup Halaman Mobile*



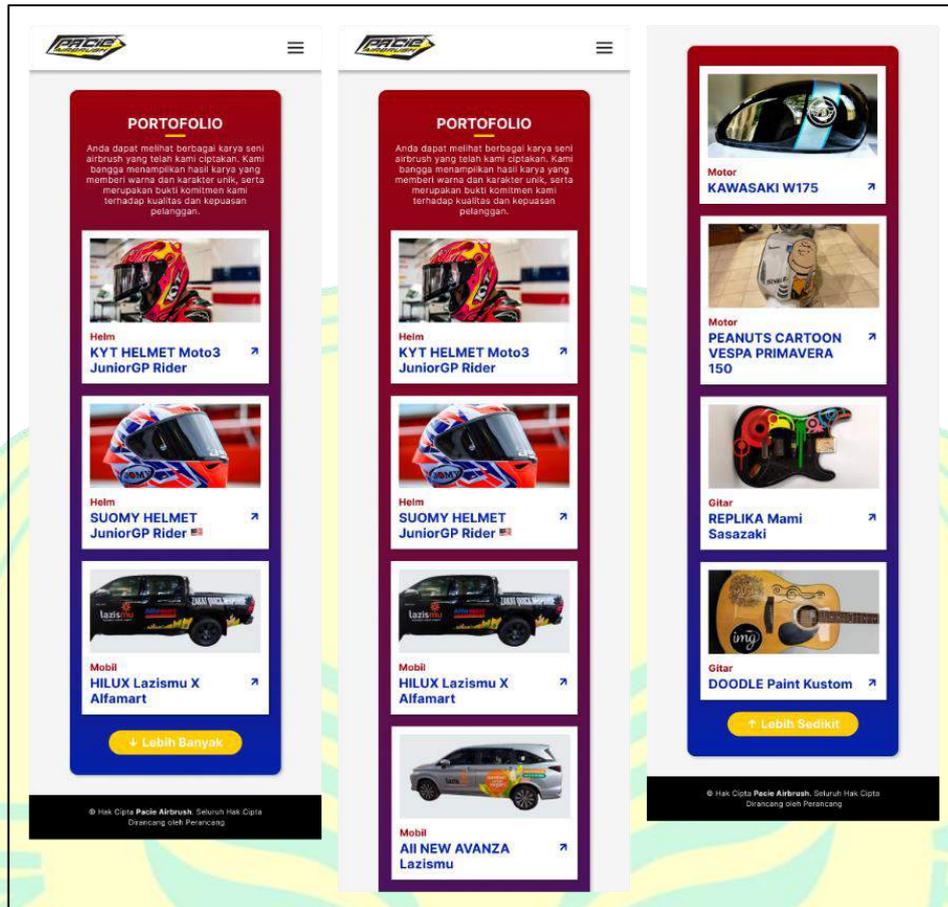
Gambar 4.42 *Mockup Mobile* Halaman Beranda



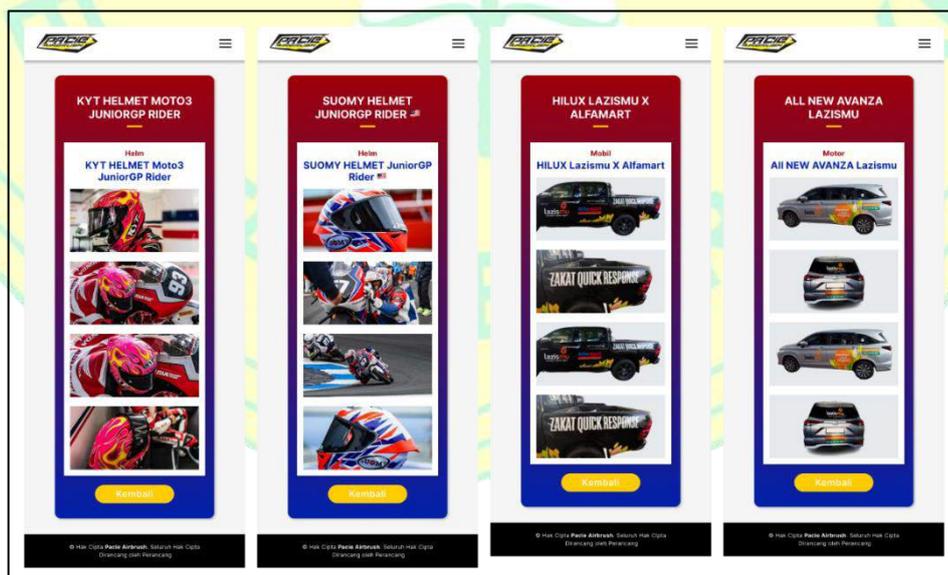
Gambar 4.43 Mockup Mobile Halaman Beranda Tentang Kami



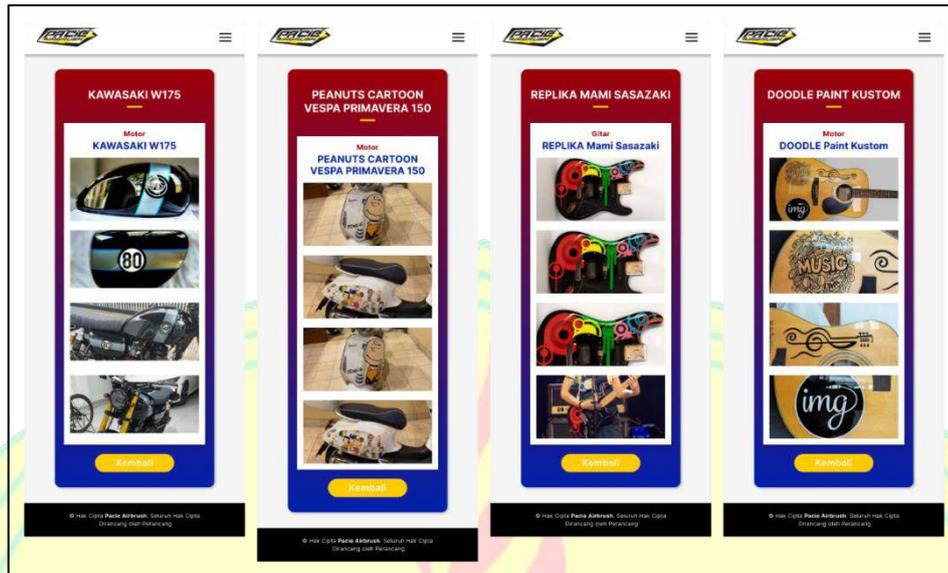
Gambar 4.44 Mockup Mobile Halaman Layanan Helm, Mobil, Motor, dan Lainnya



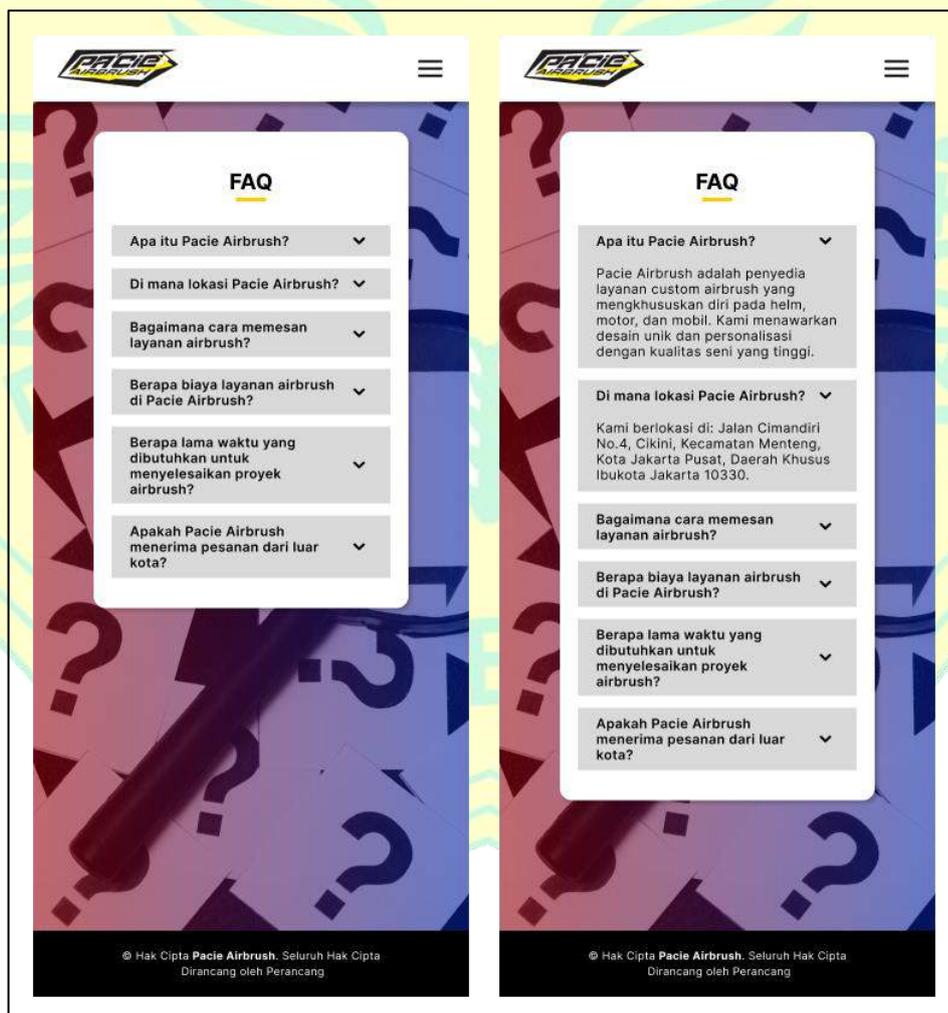
Gambar 4.45 Mockup Mobile Halaman Portofolio dalam tampilan Lebih Sedikit dan Lebih Banyak



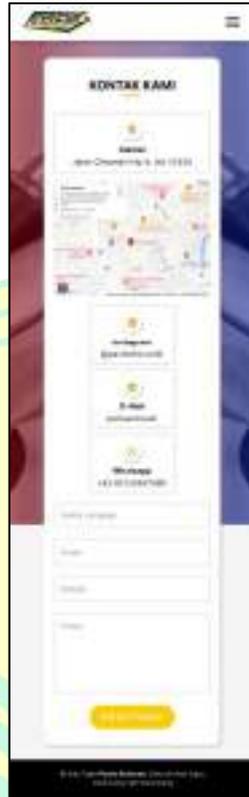
Gambar 4.46 Mockup Mobile Halaman Isi Portofolio Helm dan Mobil



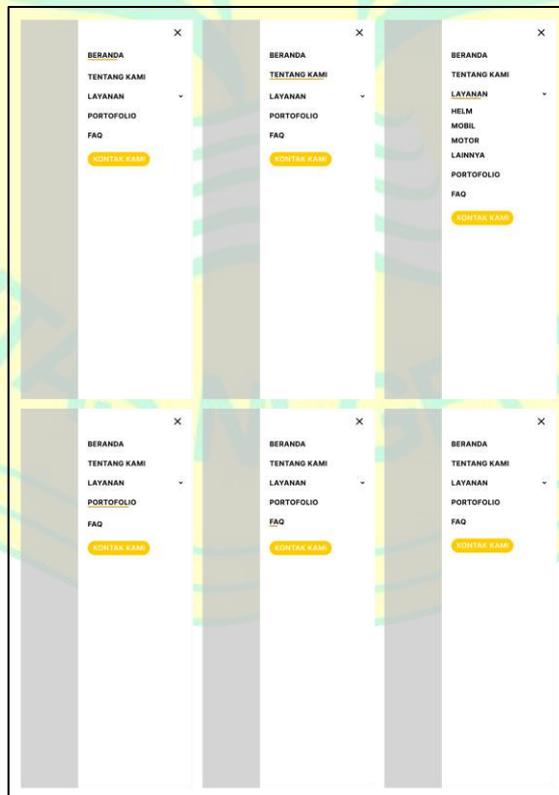
Gambar 4.47 *Mockup Mobile* Halaman Isi Portofolio Motor dan Lainnya



Gambar 4.48 *Mockup Mobile* Halaman FAQ



Gambar 4.49 *Mockup Mobile* Halaman Kontak Kami



Gambar 4.50 *Mockup Mobile* Halaman Menu Navigasi

Halaman *mobile* pada Gambar 4.41–49 merupakan halaman hasil integrasi dan penyesuaian dari halaman *desktop* yang akan menggambarkan halaman pada perangkat *mobile*. Pada halaman ini terdapat penyesuaian layout untuk masing-masing halaman dan menu navigasi yang hasilnya pada Gambar 4.49.

#### 4.1.6 Usability Testing

Tahap *usability testing* dilakukan pengujian terhadap prototipe yang telah dibuat untuk mengukur tingkat usabilitasnya. Usabilitas adalah sejauh mana pengguna dapat menggunakan sistem tersebut dalam mencapai tujuannya dengan mudah dan kepuasan pengguna yang dihasilkan. Tahap ini dilakukan berupa pengujian *usability testing* dengan menggunakan penilaian *User Acceptance Test* (UAT) dan *System Usability Scale* (SUS) kepada total sepuluh target pengguna, terdiri dari Pemilik serta Admin Umum di Pacie Airbrush, dan delapan individu yang berpotensi menjadi calon pelanggan.

#### 4.2 Analisis Data Penelitian

Analisis data dalam penelitian dilakukan berdasarkan penilitan dengan menyebarkan kuesioner *User Acceptance Test* (UAT) dan *System Usability Scale* (SUS) dengan skor penilaian skala Likert. Pengujian dilakukan kepada sepuluh target pengguna, terdiri dari Pemilik serta Admin Umum di Pacie Airbrush, dan delapan individu yang berpotensi menjadi calon pelanggan. Berikut ini rincian mengenai data hasil pengujian UAT yang telah dilakukan kepada responden dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Data Hasil Penilaian UAT

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1	<i>Website</i> memiliki <i>layout</i> yang efektif				6	4
2	<i>Website</i> menyediakan <i>white space</i> yang memadai dengan tujuan yang tepat				4	6
3	<i>Website</i> memilih <i>font</i> yang mudah dibaca		1		3	6
4	<i>Website</i> menggunakan kombinasi warna yang menyenangkan untuk mata				6	4

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
5	Website mengadaptasi skema warna yang mencerminkan identitas Pacie Airbrush		1		6	3
6	Website Pacie Airbrush menampilkan gambar dengan kualitas yang tinggi				4	6
7	Website menggunakan gambar yang relevan dengan konten Pacie Airbrush				4	6
8	Website menggunakan simbol yang tepat sesuai dengan fungsinya		1		3	6
9	Website konsisten dalam penggunaan <i>font</i> , warna, dan simbol				4	6
10	Desain Website Pacie Airbrush mudah diingat oleh pengguna.		1	1	5	3
<b>Total Penilaian Responden</b>		50				

Kemudian, dilakukan perhitungan penilaian responden dengan rincian pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Akhir UAT

Butir Soal										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sangat Setuju	20	30	30	20	15	30	30	30	30	15
Setuju	24	16	12	24	24	16	16	12	16	20
Netral										3
Tidak Setuju			2		2			2		2
Sangat Tidak Setuju										
Jumlah Penilaian	44	46	44	44	41	46	46	44	46	40
Index %	88%	92%	88%	88%	82%	92%	92%	88%	92%	80%
Jumlah Index %	882%									
Rata-rata %	88,2 %									

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata UAT pada Tabel 4.4, diperoleh hasil rata-rata UAT yaitu 88,2%. Hal ini memperlihatkan bahwa hasil rancangan desain antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* untuk desain interface yang telah dibuat mendapatkan nilai Sangat Baik oleh pengguna, berdasarkan acuan interpretasi penilaian UAT pada Tabel 3.8. Hasil pengukuran penilaian UAT diinterpretasikan ke dalam tabel yang tercantum pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil Tabel Interpretasi Penilaian UAT

No	Presentase	Kategori
1	88,2%	Sangat Baik (SB)

Setelah melalui tahap perhitungan untuk penilaian UAT, berikut ini merupakan data hasil pengujian SUS yang telah dilakukan kepada responden dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Data Hasil Penilaian SUS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
<b>R1</b>	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
<b>R2</b>	4	2	4	2	5	2	5	2	5	2
<b>R3</b>	5	2	4	2	4	2	4	2	4	2
<b>R4</b>	5	2	5	1	4	2	5	2	5	1
<b>R5</b>	5	3	5	1	5	1	5	1	5	2
<b>R6</b>	4	2	4	1	5	2	4	2	4	2
<b>R7</b>	5	1	4	1	5	1	4	1	5	1
<b>R8</b>	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
<b>R9</b>	4	2	4	1	5	2	4	2	4	2
<b>R10</b>	4	2	4	2	5	1	5	2	5	1

Kemudian, angka tersebut dihitung menggunakan metode perhitungan SUS, yaitu dengan rumus (skala yang dipilih - 1) untuk pertanyaan ganjil dan rumus (5 - skala yang dipilih) untuk pertanyaan genap. Selanjutnya, dihitung skor rata-rata SUS yang dijadikan sebagai nilai akhir SUS.

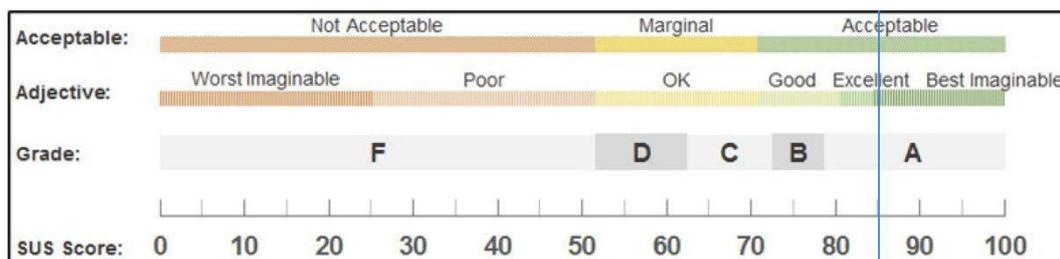
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Akhir SUS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Jumlah Skor SUS	Nilai Skor SUS
<b>R1</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
<b>R2</b>	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33	82,5
<b>R3</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31	77,5
<b>R4</b>	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	36	90
<b>R5</b>	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	37	92,5
<b>R6</b>	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32	80
<b>R7</b>	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	95
<b>R8</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
<b>R9</b>	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32	80
<b>R10</b>	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34	85
<b>Jumlah Nilai Skor SUS</b>											857,5	
<b>Skor Rata-Rata SUS</b>											85,75	

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata SUS pada Tabel 4.7, diperoleh hasil skor SUS yaitu 85,75. Hal ini memperlihatkan bahwa hasil rancangan desain antarmuka dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna, berdasarkan acuan interpretasi penilaian SUS pada Gambar 3.4 dan rincian Tabel 3.13. Hasil tersebut didukung oleh tingkat *adjective* yang memperoleh nilai *best imaginable* serta dengan *grade scale* yaitu *grade A+*. Dengan perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa rancangan desain antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* telah mencapai standar tinggi dalam evaluasi *user experience* menggunakan metode SUS. Hasil pengukuran penilaian SUS diinterpretasikan ke dalam tabel dan gambar penilaian skor SUS yang tercantum pada Tabel 4.8 Dan Gambar 4.45.

Tabel 4.8 Hasil Tabel Interpretasi Penilaian Skor SUS

<i>Grade</i>	<i>SUS</i>	<i>Adjective</i>	<i>Acceptable</i>
A+	85,75	<i>Best Imaginable</i>	<i>Acceptable</i>



Gambar 4.51 Hasil Gambar Interpretasi Penilaian Skor SUS

### 4.3 Pembahasan

Penelitian berfokus pada perancangan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* dengan metode *Five Planes*, adapun hasil dari penelitian perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website* dikemas dalam bentuk prototipe *High-Fidelity* yang dirancang menggunakan aplikasi Figma, dengan metode pengembangan Metode *Five Planes*. Adapun tahapan yang terdapat pada metode *Five Planes* yaitu, dimulai dari *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane* yang menghasilkan empat puluh rancangan dalam dua tampilan, yaitu dalam tampilan *desktop* dan tampilan *mobile* yang telah dibuat dalam bentuk desain prototipe *high-fidelity*. Dalam tahap perancangan, peneliti mengalami revisi pada tahap *structure plane* dan *surface plane*. Dalam tahap *structure plane*, peneliti mengalami revisi layout, *carousel* dan navigasi menu pada tampilan *mobile*, sebagai tampilan awal *wireframe low-fidelity* sebelum tahap akhir untuk menuju tahap *surface plane*. Adapun pada tahap *surface plane* peneliti mengalami revisi warna, yaitu untuk ditambahkan aksesoris warna biru dan merah yang merupakan warna yang banyak diminati di dunia Airbrush dan dapat memberikan ciri khas lebih dari desain *company profile* Pacie Airbrush, sebagai tahap akhir pada *surface plane* sebelum menuju tahap pengujian *user interface* dan *user experience*.

Pengujian *user interface* dan *user experience company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* dengan metode *Five Planes* menggunakan *User Acceptance Test* (UAT) untuk uji coba *user interface* dan *System Usability Scale* (SUS) untuk uji coba *user experience* dengan skor penilaian skala Likert. Pengujian dilakukan

kepada sepuluh target pengguna, terdiri dari Pemilik serta Admin Umum di Pacie Airbrush, dan delapan individu yang berpotensi menjadi calon pelanggan. Hasil pengujian menggunakan UAT dan SUS terhadap pengguna yang terdapat pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.6 dengan hasil perhitungan rata-rata skor UAT sebesar 88,2% dan skor SUS sebesar 85,75.

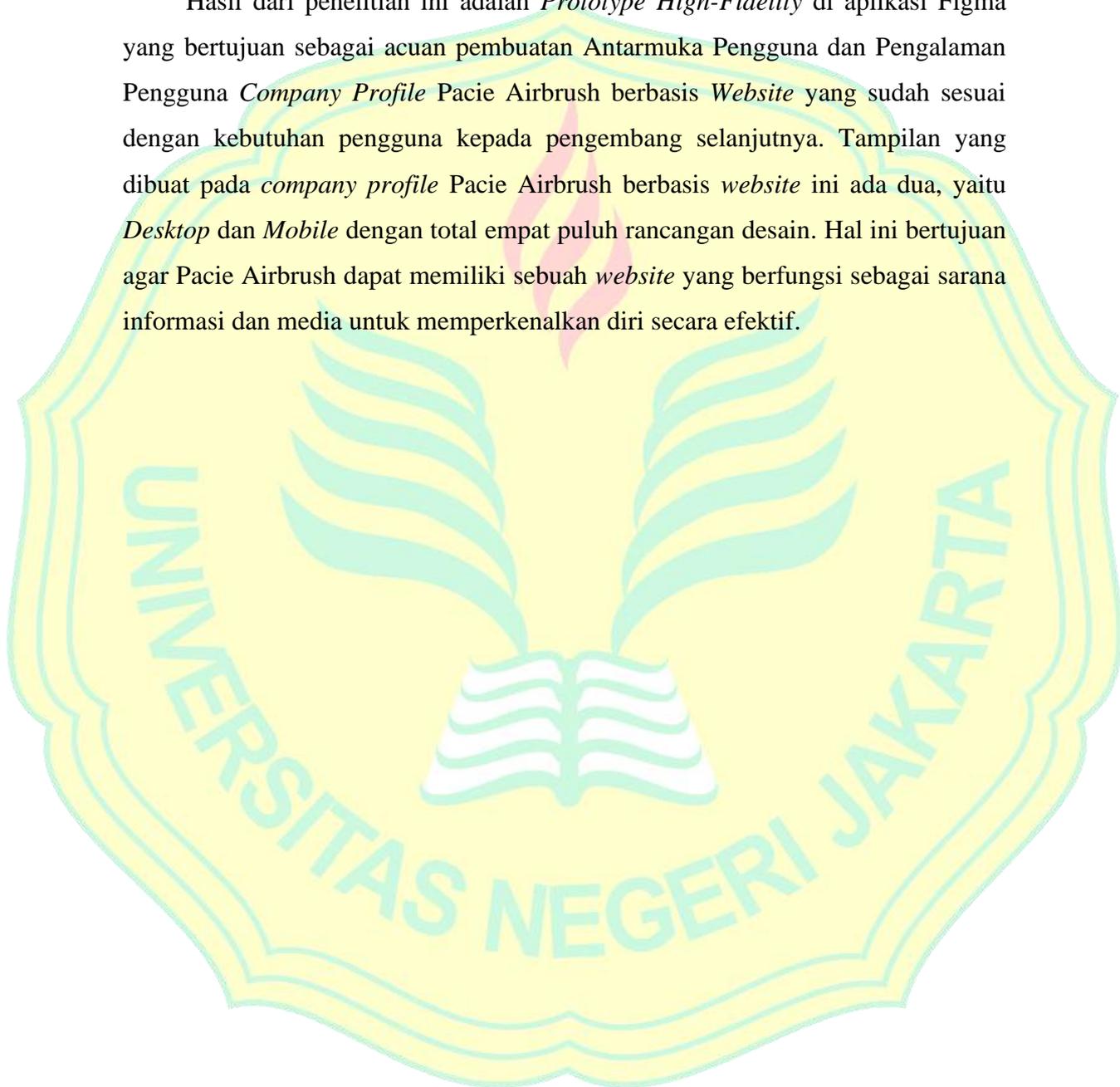
Hasil skor tersebut menunjukkan bahwa hasil rancangan desain antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* sangat baik dalam penilaian UAT dan dalam penilaian SUS dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna. Hasil ini didukung oleh tingkat penerimaan dengan peringkat *adjective* yang memperoleh nilai *best imaginable* serta dengan hasil penilaian *grade* yang mendapatkan *grade A+*. Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa rancangan desain antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* berada pada standar tinggi dalam evaluasi *user experience* menggunakan metode SUS serta diharapkan dapat membantu dan memudahkan pengembang untuk mengimplementasikan *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* yang *user-friendly* atau mudah digunakan.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam bidang UI/UX, melalui pendekatan inovatif yang digunakan dan data yang diperoleh dari sampel yang diperoleh. Selain itu, penggunaan perangkat lunak Figma dalam pengembangan prototipe *high-fidelity* memberikan visualisasi yang jelas dan mendetail, ditambah hasil pada penilitan ini berupa tampilan pada *desktop* dan *mobile*, yang memperkuat validitas temuan. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan kekurangan yaitu sumber daya sampel penelitian terbatas pada populasi tertentu, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas dan pengujian halaman prototipe *desktop* dan *mobile* yang menjadi satu tahapan. Meskipun demikian, temuan penelitian ini memiliki kelebihan yaitu penelitian berhasil menghasilkan Prototipe *High-Fidelity* Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website* berdasarkan dengan tujuan penelitian, yang terdiri dari tampilan *desktop* dan *mobile* serta penelitian juga menjadi wawasan berharga

dan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan di masa depan dengan memperbaiki kekurangan yang ada.

#### 4.4 Aplikasi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini adalah *Prototype High-Fidelity* di aplikasi Figma yang bertujuan sebagai acuan pembuatan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website* yang sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna kepada pengembang selanjutnya. Tampilan yang dibuat pada *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* ini ada dua, yaitu *Desktop* dan *Mobile* dengan total empat puluh rancangan desain. Hal ini bertujuan agar Pacie Airbrush dapat memiliki sebuah *website* yang berfungsi sebagai sarana informasi dan media untuk memperkenalkan diri secara efektif.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa perancangan desain Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* berhasil dibuat dengan metode pengembangan *Five Planes*. Dengan keberhasilan penelitian ini, maka diperoleh hasil rancangan desain Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website* dengan metode *Five Planes* yang dapat digunakan sebagai rujukan rancangan *company profile* berbasis *website* pada Pacie Airbrush.

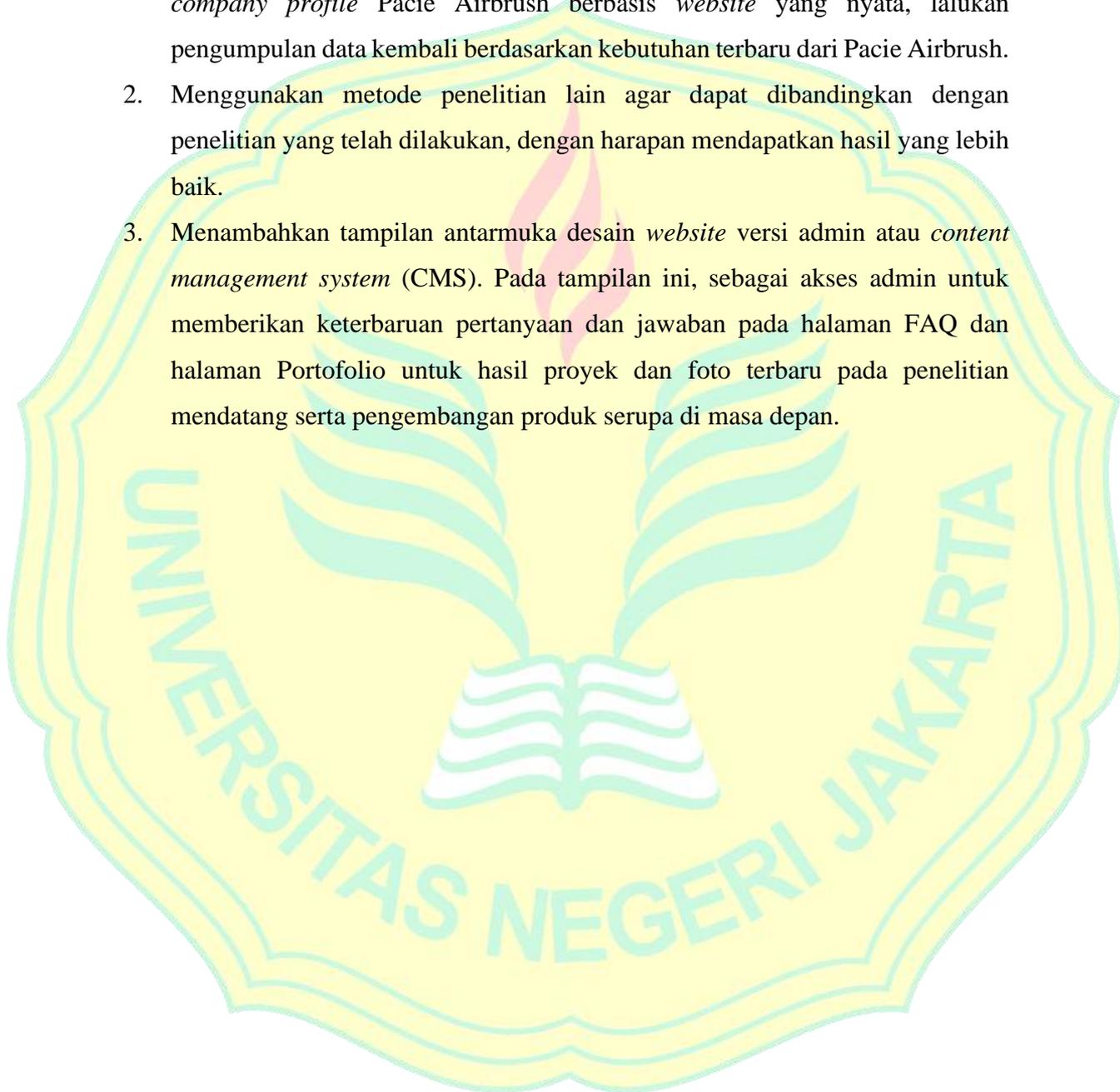
Hasil dari perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush berbasis *Website* dikemas dalam bentuk prototipe *High-Fidelity* yang dirancang menggunakan aplikasi Figma, dengan metode pengembangan yang digunakan pada penelitian adalah Metode *Five Planes*. Adapun tahapan yang terdapat pada metode *Five Planes* yaitu, dimulai dari *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane* yang menghasilkan empat puluh rancangan dalam dua tampilan, yaitu dalam tampilan *desktop* dan tampilan *mobile* yang telah dibuat dalam bentuk desain prototipe *high-fidelity*.

Pada tahap evaluasi dilakukan pengujian *Usability Testing* yang fokus kepada pengujian *User Interface* (UI) dengan metode penilaian *User Acceptance Test* (UAT) dan *User Experience* (UX) dengan metode penilaian *System Usability Scale* (SUS). Hasil dari pengujian tersebut, diperoleh hasil akhir penilaian UAT sebesar 88,2% dengan keterangan Sangat Baik serta hasil akhir penilaian SUS sebesar 85,75% dengan penilaian *acceptable*, dan tingkat penerimaan dengan peringkat *adjective* yang memperoleh nilai *best imaginable* serta dengan hasil penilaian *grade* yang mendapatkan *grade A+*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, saran yang dapat diberikan untuk penelitian dan pengembangan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Apabila ingin melakukan pengembangan prototipe ini menjadi sebuah *company profile* Pacie Airbrush berbasis *website* yang nyata, lakukan pengumpulan data kembali berdasarkan kebutuhan terbaru dari Pacie Airbrush.
2. Menggunakan metode penelitian lain agar dapat dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan, dengan harapan mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Menambahkan tampilan antarmuka desain *website* versi admin atau *content management system* (CMS). Pada tampilan ini, sebagai akses admin untuk memberikan keterbaruan pertanyaan dan jawaban pada halaman FAQ dan halaman Portofolio untuk hasil proyek dan foto terbaru pada penelitian mendatang serta pengembangan produk serupa di masa depan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, J. P., Candra Brata, K., & Fanani, L. (2021). Perancangan User Experience Aplikasi Publikasi Buku Digital menggunakan Metode Five Planes. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(4), 1322–1328. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Albert, T., Nugroho, J. A., & Hapsari, R. W. (2021). Perancangan Ulang UI/ UX Website sebuah Perusahaan Farmasi. *Jurnal Rupaka*, 4(Vol. 4 No. 1 (2021): Rupaka Juli-Desember 2021).
- Brilianto, N. (2019). *Mengenal Metode The Elements of User Experience ala J.J. Garrett*. Medium.
- Chamida, M. A., Susanto, A., & Latubessy, A. (2021). ANALISA USER ACCEPTANCE TESTING TERHADAP SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN BEDAH RUMAH DI DINAS PERUMAHAN RAKYAT DAN KAWASAN PERMUKIMAN KABUPATEN JEPARA. *Indonesian Journal of Technology, Informatics and Science (IJTIS)*, 3(1), 36–41. <https://doi.org/10.24176/ijtis.v3i1.7531>
- Gemina, D. R. (2020). *Perancangan User Interface Situs Web E-Letter UIN Jakarta Menggunakan Metode Five Planes*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Hardiansyah, L., & Iskandar, K. (2019). Perancangan User Experience Website Profil Dengan Metode The Five Planes (Studi kasus: BP3K Kecamatan Mundu). *Jurnal Ilmiah INTECH (Information Technology Journal) of UMUS*, 01(01), 11–21.
- Harmilasari, D., & Munggaran, L. C. (2020). Evaluasi Kepuasan Pengguna Portal Berita Menggunakan Usability Metric. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 19(3), 293–300. <https://doi.org/10.32409/jikstik.19.3.23>
- Kartikawati, H. E., & Wibawa, S. C. (2020). Pengaruh Pembelajaran Daring Dengan Metode Q&A Terhadap Penerimaan Pembelajaran Mahasiswa

- Dengan UAT. *Jurnal Information Technology and Education*, 01(01), 307–316.
- Kelsun, H., & Kristanto, D. D. (2021). Perancangan Aplikasi “Family Pass!” Sebagai Alat Bantu Dalam Pengasuhan Anak. *WIDYAKALA: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, 8, 32. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v8i0.422>
- Kesuma, D. P. (2021). Penggunaan Metode System Usability Scale Untuk Mengukur Aspek Usability Pada Media Pembelajaran Daring di Universitas XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 8(3), 1615–1626. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i3.1356>
- Magenta, M. Z., Sianturi, R. S., & Kharisma, A. P. (2022). Perancangan User Experience Website Marketplace dan Pemetaan Hasil Pertanian menggunakan Metode Five Planes. *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA)*, 6(7), 3333–3342. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.130>
- Manik, V. (2020). *EVALUASI USABILITY PADA APLIKASI MOBILE ACC.ONE MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) DAN USABILITY TESTING* [Universitas Atma Jaya]. <http://e-journal.uajy.ac.id/23387/1/1717095011.pdf>
- Nadhifatul. (2024, Juli 8). *Website Company Profile: Pengertian, Manfaat, dan Contoh*. Crocodic. <https://crocodic.com/website-company-profile-pengertian-manfaat-dan-contoh/>
- Ningsih, W. S., Muslimah Az-Zahra, H., & Afirianto, T. (2021). Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi Prakerin berbasis Website menggunakan Metode Human Centered Design (Studi Kasus: SMKN 2 Sragen). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(12), 5458–5467. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Ningsih, Y. A., Agus, E., & Oemar, B. (2021). PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA

- PROMOSI. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Permana, A. A. J. (2019). USABILITY TESTING PADA WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) (STUDI KASUS : UMKMBULELENG.COM). *JST (Jurnal Sains dan Teknologi)*, 8(2), 149–158.  
<https://doi.org/10.23887/jstundiksha.v8i2.22858>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratama, A., Faroqi, A., & Mandyartha, E. P. (2021). Analisis Tingkat Usability Pada Aplikasi Frostid Menggunakan System Usability Scale (SUS). *Jurnal Ilmiah Edutic : Pendidikan dan Informatika*, 8(1), 31–38.  
<https://doi.org/10.21107/edutic.v8i1.12195>
- Ramadhan, D. W. (2019). PENGUJIAN USABILITY WEBSITE TIME EXCELINDO MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) (STUDI KASUS: WEBSITE TIME EXCELINDO). *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 4(2), 139.  
<https://doi.org/10.29100/jupi.v4i2.977>
- Ritonga, M. F. A. (2023). *Perancangan UI/UX Menggunakan Metode User Centered Design Berbasis Web Pada Perhitungan Luasan Kumuh Balai Prasarana Permukiman Wilayah Lampung*.
- Sambas, & Ipan Ripai. (2022). IMPLEMENTASI DAN USER ACCEPTANCE TEST (UAT) APLIKASI INTEGRATED LIBRARY SYSTEM (INLIS Lite) DI MTs NEGERI 7 KUNINGAN. *ICT Learning*, 7(1).  
<https://doi.org/10.33222/ictlearning.v6i1.2306>
- Schlatter, T., & Levinson, D. (2013). *Visual Usability: Principles and Practices for Designing Digital Applications*.
- Sembodo, F. G., Fitriana, G. F., & Prasetyo, N. A. (2021). Evaluasi Usability Website Shopee Menggunakan System Usability Scale (SUS). *Journal of Applied Informatics and Computing*, 5(2), 146–150.  
<https://doi.org/10.30871/jaic.v5i2.3293>

- Siswidiyanto, S., Munif, A., Wijayanti, D., & Haryadi, E. (2020). Sistem Informasi Penyewaan Rumah Kontrakan Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode Prototype. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 15(1), 18–25. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i1.64>
- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN WEBSITE UMKM KIRIHUCI. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Suasapha, A. H. (2020). SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Suyanto, S., & Ependi, U. (2019). Pengujian Usability dengan Teknik System Usability Scale pada Test Engine Try Out Sertifikasi. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika dan Rekayasa Komputer*, 19(1), 62–69. <https://doi.org/10.30812/matrik.v19i1.503>
- Syarifah, Chairullah Naury, & Wahyuni Nurindah Sulistiyowati. (2022). Perancangan Prototype Sistem Informasi Repository Skripsi Berbasis Web Di UNA'IM Yapis Wamena Papua. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1), 25–31. <https://doi.org/10.54259/satesi.v2i1.682>
- Tan, F. (2021, Juli 28). *The Differences Between Low Fidelity vs. High Fidelity Prototyping*. ProtoPie. <https://www.protopie.io/blog/low-fidelity-vs-high-fidelity-prototyping>
- Vallendito, B. (2020). *Pemodelan User Interface dan User Experience Menggunakan Design Thinking*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Wedayanti, P. N. L. A., Wirdiani, N. K. A., & Purnawan, I. K. A. (2019). Evaluasi Aspek Usability pada Aplikasi Simalu Menggunakan Metode Usability Testing. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, 7(2), 113–124.

Zen, C. E., Namira, S., & Rahayu, T. (2022). Rancang Ulang Desain UI (User Interface) Company Profile Berbasis Website Menggunakan Metode UCD (User Centered Design). Dalam *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA) Jakarta-Indonesia*.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara Narasumber

Nama Narasumber :  
Instansi :  
Jabatan :  
Tempat Wawancara :  
Tanggal dan Waktu :

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1	Apakah bidang perusahaan yang anda miliki?	
2	Bagaimana cara perusahaan untuk menggapai para pelanggan?	
3	Apa media yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan?	
4	Apakah kendala selama dalam berjalannya perusahaan anda?	
5	Apakah sebelumnya perusahaan sudah memiliki <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
6	Apakah anda setuju jika ada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk perusahaan?	
7	Apakah dengan adanya <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan dapat membantu perusahaan?	
8	Apakah ada fitur atau halaman tambahan yang dibutuhkan anda dalam perancangan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ini?	
9	Bagaimana harapan anda untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan Pelanggan?	
10	Apakah ada saran dari anda untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan yang akan dirancang?	

## Lampiran 2. Hasil Wawancara Narasumber

Nama Narasumber : Cici Cendikya  
 Instansi : Pacie Airbrush  
 Jabatan : Pemilik Pacie Airbrush  
 Tempat Wawancara : Pacie Airbrush  
 Tanggal dan Waktu : 16 Februari 2023 / 13.30 WIB

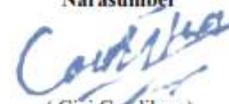
No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1	Apakah bidang perusahaan yang anda miliki?	Jasa <i>Painting</i> Cat Airbrush
2	Bagaimana cara perusahaan untuk menggapai para pelanggan?	Melalui mulut ke mulut, dan sosial media
3	Apa media yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan?	Media aplikasi Instagram dan Whatsapp
4	Apakah kendala selama dalam berjalannya perusahaan anda?	Kendala yang kami hadapi selama berjalannya perusahaan terkait dengan visibilitas dan akses informasi yang kurang memadai. Meskipun aktif di media sosial, sulit bagi pelanggan untuk menemukan informasi yang lengkap dan terstruktur mengenai layanan kami. Kami juga belum menjelaskan secara jelas identitas perusahaan, termasuk sejarah, nilai-nilai, dan tujuan kami kepada pelanggan. Pengelompokan layanan kami pun belum optimal, menyebabkan kebingungan bagi pelanggan. Akun media sosial kami belum memberikan gambaran profil perusahaan yang lengkap, kurangnya konteks yang memadai bagi pelanggan.
5	Apakah sebelumnya perusahaan sudah memiliki <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	Belum ada
6	Apakah anda setuju jika ada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk perusahaan?	Saya setuju sepenuhnya, karena dengan adanya <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk perusahaan

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
		kami. Website akan memberi platform yang lebih solid dan terstruktur untuk mempresentasikan semua informasi tentang layanan Pacie Airbrush, portofolio karya, dan informasi kontak.
7	Apakah dengan adanya <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan dapat membantu perusahaan?	Ya, saya yakin bahwa dengan adanya <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> , perusahaan kami akan sangat dibantu. Website akan memungkinkan Pacie Airbrush untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan, memberikan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang layanan Pacie Airbrush, serta meningkatkan profesionalisme dan citra perusahaan kami.
8	Apakah ada fitur atau halaman tambahan yang dibutuhkan anda dalam perancangan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ini?	Fitur atau halaman tambahan yang Pacie Airbrush butuhkan dalam perancangan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ini mungkin seperti Halaman Portofolio, Halaman Testimoni, Halaman Kontak, dan Fitur untuk memudahkan proses pemesanan atau konsultasi online, jika memungkinkan.
9	Bagaimana harapan anda untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan Pelanggan?	Harapan saya untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ini adalah dapat memberikan pengalaman pengguna yang intuitif dan informatif bagi pelanggan. Saya berharap <i>website</i> tersebut dapat memberikan gambaran yang jelas tentang layanan, menampilkan portofolio dengan menarik, dan memudahkan pelanggan untuk berinteraksi dengan Pacie Airbrush.
10	Apakah ada saran dari anda untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan yang akan dirancang?	Saran saya untuk perancangan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> perusahaan adalah desain <i>website</i>

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
		yang responsif dan mudah dinavigasi, agar dapat diakses dengan baik dari berbagai perangkat.

Semua data yang telah disampaikan adalah benar. Jawaban Narasumber akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih atas perhatiannya dan partisipasinya sebagai narasumber.

Mengetahui,  
Narasumber

  
( Cici Cendikya )

## Lampiran 3. Validasi Instrumen Wawancara Pengguna

**SURAT KETERANGAN VALIDASI**

Dengan hormat,

Berkenaan dalam pelaksanaan penelitian skripsi di Pacie Airbrush, saya bermaksud menggunakan instrumen wawancara sebagai salah satu alat untuk mengumpulkan data. Melalui surat ini, saya mengajukan permohonan kepada Dosen Pembimbing untuk dapat memberikan panduan, saran, dan masukan terkait penyusunan instrumen wawancara yang akan digunakan dalam penelitian skripsi berjudul "Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode Five Planes" oleh peneliti:

Nama : David Akbar Rangkuti

NIM : 1512620085

Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer

Berikut instrumen yang telah dibuat sebagai alat untuk mengumpulkan data

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	
3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan insight yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi website mereka?	
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	
7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat	

	<i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	
8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah Company Profile Pacie Airbrush berbasis website setelah melihat postingan Instagram mereka?	
9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	

Dengan ini surat keterangan telah divalidasi oleh Dosen Pembimbing dan dibuat agar dapat digunakan untuk pengumpulan data lapangan.

Jakarta, 6 Maret 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1



Irma Permata Sari, M.Eng  
NIP. 198905262019032022

Dosen Pembimbing 2

Ressy Dwitias Sari, M.T.I  
NIP. 198909152019032021

## Lampiran 4. Hasil Wawancara Pengguna

Nama Narasumber : Ilham Alamsach  
 Tanggal : 20 Maret 2024  
 Tempat : Daring  
 Pekerjaan : Buruh

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	Produk yang ditawarkan sebenarnya sudah bagus, hanya saja branding dan penataan setiap post terkesan berantakan dan terkesan 'asal-asalan', contohnya, mereka upload desain helm yang bisa dianggap 'badass' tapi karna selingan postingan lain jadi terkesan kurang mahal, mewah.
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	Belum terlalu, dari caption yang sangat singkat tidak ada penjelasan tentang desain helm / range harga, dan juga tidak adanya link youtube channel yang mereka punya di bio instagram mereka, orang awam tidak akan mengetahui bagaimana Cara pemesanan, cara pembayaran, Testimoni dari pemesan sebelumnya. Dan juga kontak wa yang terkesan 'di bio udah ada nomernya' pelanggan ingin simple, Hanya dengan klik mereka akan terhubung dengan kontak person yang ada, pelanggan jarang ada yang mau menulis nomor toko terlebih dahulu hanya untuk melakukan pemesanan.

3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan <i>insight</i> yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	Tidak terlihat, tidak adanya highlight IG, postan terakhir pada tahun lalu, bisa di artikan akun IG mereka terbengkalai.
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	Saya sendiri juga masih belum paham apa yang mereka tawarkan, mereka menawarkan produk pengecatan kustom helm, gitar. Atau stiker mobil?
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi <i>website</i> mereka?	Tidak, karna saya tidak yakin bahwa mereka memiliki <i>website</i> .
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	Masih perlu banyak informasi yang harus ditampilkan di instagram yang dikhususkan untuk mempromosikan suatu produk atau Jasa, jika dinilai menggunakan angka ini hanya dapat 4/10.
7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	Yaa, jika itu membantu untuk meningkatkan pelayanan dan mempermudah pelanggan tidak ada salahnya untuk dalam memberikan informasi yg konkrit.
8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah <i>company profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>website</i> setelah melihat postingan Instagram mereka?	Bisa memberikan informasi secara detail tentang siapa mereka, apa produk yang ditawarkan, informasi pelayanan pelanggan, lokasi mereka, penjelasan tentang keunggulan mereka sehingga pelanggan bisa memilih mereka karena mereka berbeda dengan yang lain.

9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	Pengelompokan jenis jasa yang ditawarkan, mungkin bisa ditambah chat online untuk mempermudah menjawab FAQ.
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	Laptop dan HP.

Segala informasi yang tertera di atas adalah benar. Jawaban narasumber akan tetap dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi Narasumber saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,  
Narasumber



Ilham Atamsach

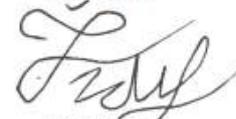
Nama Narasumber : Sidik Krisna  
 Tanggal : 20 Maret 2024  
 Tempat : Daring  
 Pekerjaan : Pekerja Lepas

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	Agak bingung karena tidak adanya identitas di dalam profile akun.
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	Kurang, karena tidak mencantumkan deskripsi terkait maksud dan tujuan pada bio instagram.
3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan <i>insight</i> yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	Kurang, karena belum ada penjelasan terkait visi dan misi perusahaan untuk para customer.
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	Cukup, karena banyaknya video identitas dari postingan Pacie Airbrush.
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi <i>website</i> mereka?	Saya merasa kurang, dan saya akan mengunjungi <i>website</i> mereka bila ada
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	6/10
7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	Ya perlu, agar bisa menjadi UMKM yang berkembang.
8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah <i>company profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>website</i> setelah melihat postingan Instagram mereka?	Harapan saya untuk pacie airbrush adalah bisa memperluas koneksi agar lebih cepat berkembang.

9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	Google ads dan market place.
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	Smartphone.

Segala informasi yang tertera di atas adalah benar. Jawaban narasumber akan tetap dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi Narasumber saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,  
Narasumber



Sidik Krisna

Nama Narasumber : Akbar Rizky Prastya  
 Tanggal : 21 Maret 2024  
 Tempat : Daring  
 Pekerjaan : Karyawan

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	Sangat bangga dikarenakan usaha yang dilakukan cukup kreatif dan dapat membuka ide kreatif usaha ekspor ke manca negara.
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	Ya, saya sangat suka terhadap untuk komposisi yang di upload.
3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan <i>insight</i> yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	Tidak, saya belum mengetahui visi misi dari Pacie Airbrush.
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	Sangat puas, dikarenakan semua konten yang telah diupload sesuai dengan Pacie Airbrush
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi <i>website</i> mereka?	Untuk sejauh ini saya sudah mendapatkan cukup informasi tentang Pacie Airbrush di dalam postingan Instagram, namun bila ada <i>website</i> terkait Pacie Airbrush mungkin menarik.
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	Sangat relevan dan saya menyukainya.
7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	Sangat setuju, dikarenakan sebuah perusahaan atau brand harus mempunyai <i>company profile</i> agar memiliki hak cipta di dalam perusahaan tersebut.

8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah <i>company profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>website</i> setelah melihat postingan Instagram mereka?	Harapan saya, Pacie Airbrush dapat menumpahkan hasil yang ada pada konten Instagram tersebut ke suatu media yg dapat mempermudah <i>customer</i> untuk menilai Pacie Airbrush
9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	Homepage, visi&misi, produk, sejarah, fitur chat, design, dan kecepatan akses.
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	Laptop, serta Gadget

Segala informasi yang tertera di atas adalah benar. Jawaban narasumber akan tetap dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi Narasumber saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,  
Narasumber



Akbar Rizky Prasty

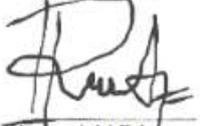
Nama Narasumber : Rizwan Adri Februnto  
 Tanggal : 22 Maret 2024  
 Tempat : Daring  
 Pekerjaan : Mahasiswa

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	Akun instagram bisnis, konsisten membuat konten bagus untuk menunjang marketing, sangat baik karena terlibat dalam campaign aksi kemanusiaan.
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	Ya, karena akun instagram bisnis yang baik adalah akun yang konsisten membuat konten feed atau story.
3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan <i>insight</i> yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	Secara garis besar sudah mewakili visi dan misi bisnis mereka terlihat dari kontennya.
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	Menurut saya pribadi, masih sedikit kurang, karena tidak ada list harga yang ditampilkan, walaupun jika itu bisnis yang memerlukan konsultasi untuk menentukan harga, setidaknya calon customer tau harga secara garis besar.
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi <i>website</i> mereka?	Hanya ada kontak WA saja, belum ada website.
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	Jika mempunyai hobby riding motor dan suka custom helm, maka akun ini sangat relevan dengan saya.

7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	Mungkin dengan sedikit <i>website</i> ringan, itu akan menambahkan nilai plus untuk usaha tersebut, karena customer akan menilai perusahaan telah mengikuti perkembangan digitalisasi.
8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah <i>company profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>website</i> setelah melihat postingan Instagram mereka?	1. Mempunyai design patternnya sendiri, sehingga orang akan lebih mengenali pacie airbrush dengan hanya melihat designnya saja; 2. Lebih sering update konten dengan ikut membuat ucapan perayaan hari-hari besar; 3. Mengisi informasi lebih lengkap lagi usaha yang ditawarkan.
9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	Fitur maps, fitur link ke WA, fitur list harga.
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	Smartphone, laptop.

Segala informasi yang tertera di atas adalah benar. Jawaban narasumber akan tetap dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi Narasumber saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,  
Narasumber



Rizwan Adri Februnto

Nama Narasumber : Olifvia Afrillazhary  
 Tanggal : 24 Maret 2024  
 Tempat : Daring  
 Pekerjaan : Mahasiswa

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana pendapat anda tentang Instagram Pacie Airbrush?	Terlalu abstrak postingan yang dibuat, tidak ada informasi mengenai tentang apa Instagram tersebut digunakan.
2.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan kesan profesional dan kredibilitas terhadap Pacie Airbrush?	Belum profesional dan tidan terlihat adanya kredibilitas dalam Instagram tersebut.
3.	Apakah Instagram Pacie Airbrush memberikan <i>insight</i> yang cukup mengenai visi atau misi Pacie Airbrush?	Belum ada visi misi yang terlihat dari Instagram tersebut.
4.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush memberikan informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan?	Tidak, postingan yang dilakukan cukup random.
5.	Apakah postingan Instagram Pacie Airbrush cukup bagi Anda untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti mengunjungi <i>website</i> mereka?	Tidak hanya ada nomer telfon saja.
6.	Seberapa relevan menurut Anda postingan Instagram Pacie Airbrush dengan nilai atau kebutuhan Anda?	Belum relevan, karena tidak diperlihatkan dengan detail mengenai kebutuhan apa saja yang mereka berikannya.
7.	Berdasarkan kesan yang Anda dapatkan dari postingan Instagram Pacie Airbrush, Apakah menurut anda Pacie Airbrush perlu membuat <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk memberikan informasi yang lebih lengkap?	Ya saya setuju seharusnya Pacie Airbrush memiliki <i>company profile</i> untuk lebih menerangkan apa saja jasa yang diberikan.

8.	Bagaimana harapan Anda terhadap sebuah <i>company profile</i> Pacie Airbrush berbasis <i>website</i> setelah melihat postingan Instagram mereka?	Dengan adanya <i>Company Profile</i> diharapkan jasa yang diberikan dapat dijelaskan secara lebih detail, kemudian bagaimana untuk memesan, alamat dari tempat usaha ini dan juga dapat menarik perhatian pelanggan lain.
9.	Fitur apakah yang dibutuhkan pada <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk Pacie Airbrush?	Detail dari jasa yang diberikan, alamat lengkap, dan katalog promosi-promosi.
10.	Apakah perangkat elektronik yang anda sering gunakan dalam keseharian?	Laptop, Smartphone

Segala informasi yang tertera di atas adalah benar. Jawaban narasumber akan tetap dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi Narasumber saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,  
Narasumber



Olifvia Afrillazhary

Lampiran 5. Validasi Instrumen Wawancara *User Persona***SURAT KETERANGAN VALIDASI**

Dengan hormat,

Berkeinginan dalam pelaksanaan penelitian skripsi di Pacie Airbrush, saya bermaksud menggunakan instrumen wawancara sebagai salah satu alat untuk mengumpulkan data. Melalui surat ini, saya mengajukan permohonan kepada Dosen Pembimbing untuk dapat memberikan panduan, saran, dan masukan terkait penyusunan instrumen wawancara yang akan digunakan dalam penelitian skripsi berjudul "Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode Five Planes" oleh peneliti:

Nama : David Akbar Rangkuti

NIM : 1512620085

Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer

Berikut instrumen yang telah dibuat sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Objektif</b> 1. Pembuka wawancara 2. Perkenalan diri 3. Ucapan terimakasih atas ketersediaan narasumber 4. Penjelasan tujuan wawancara untuk mengetahui pengalaman calon <i>user</i> dan pendapat tentang produk yang akan dibuat	
<b>Pertanyaan 1</b> Mohon sebutkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan anda saat ini	
<b>Pertanyaan 2</b> Bagaimana kebiasaan anda dalam menggunakan internet sehari-hari?	

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<p><b>Pertanyaan 3</b> Perangkat apa saja yang anda gunakan saat mengakses internet?</p>	
<p><b>Pertanyaan 4</b> Berapa lama anda menggunakan perangkat tersebut?</p>	
<p><b>Pertanyaan 5</b> Sebutkan 3 hal utama (<i>website</i> maupun aplikasi) bagi anda saat menjelajahi internet?</p>	
<p><b>Pertanyaan 6</b> Bagaimana pendapat anda jika sebuah perusahaan hanya memiliki akun <i>instagram</i> sebagai penyebaran informasi perusahaan?</p> <p><b>Follow Up</b> Apakah menurut anda itu sudah cukup atau perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk penyebaran informasi perusahaan tersebut?</p>	
<p><b>Pertanyaan 7</b> Pernahkah anda melihat atau mengakses <i>company profile</i> berbasis <i>website</i>?</p> <p><b>Follow Up</b> Jika iya, apa saja <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang pernah anda akses dan informasi apa saja yang anda dapatkan?</p>	

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Pertanyaan 8</b> Apa hambatan atau kendala yang Anda hadapi saat menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> atau layanan sejenis sebelumnya?	
<b>Pertanyaan 9</b> Apa kebutuhan atau preferensi khusus yang Anda inginkan ketika menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
<b>Pertanyaan 10</b> Apa harapan untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan?	

Dengan ini surat keterangan telah divalidasi oleh Dosen Pembimbing dan dibuat agar dapat digunakan untuk pengumpulan data lapangan.

Jakarta, 13 Mei 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1



Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng  
 NIP. 198905262019032022

Dosen Pembimbing 2

Reza Dwiatas Sari, S.T., M.T.I  
 NIP. 198909152019032021

Lampiran 6. Hasil Wawancara *User Persona*

Nama Narasumber : Cici Cendikya  
 Pekerjaan : Wirausaha  
 Tanggal : 16 Mei 2024  
 Waktu : 09.00  
 Tempat Wawancara : Online

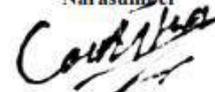
Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Objektif</b> 1. Pembuka wawancara 2. Perkenalan diri 3. Ucapan terimakasih atas ketersediaan narasumber 4. Penjelasan tujuan wawancara untuk mengetahui pengalaman calon <i>user</i> dan pendapat tentang produk yang akan dibuat	
<b>Pertanyaan 1</b> Mohon sebutkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan anda saat ini	Jenis Kelamin: Pria Usia: 48 tahun Pekerjaan: Wirausaha (Pacie Airbrush)
<b>Pertanyaan 2</b> Bagaimana kebiasaan anda dalam menggunakan internet sehari-hari?	Saya menggunakan internet terutama untuk mencari informasi, mencari inspirasi seni, dan berkomunikasi
<b>Pertanyaan 3</b> Perangkat apa saja yang anda gunakan saat mengakses internet?	Komputer, <i>smartphone</i> .
<b>Pertanyaan 4</b> Berapa lama anda menggunakan perangkat tersebut?	Komputer dan <i>Smartphone</i> sesuai dengan kebutuhan
<b>Pertanyaan 5</b> Sebutkan 3 hal utama ( <i>website</i> maupun aplikasi)	1. Informasi Bisnis dan Industri 2. Media Sosial 3. E-commerce dan Pengadaan

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
bagi anda saat menjelajahi internet?	
<p><b>Pertanyaan 6</b> Bagaimana pendapat anda jika sebuah perusahaan hanya memiliki akun intagram sebagai penyebaran informasi perusahaan?</p> <p><b>Follow Up</b> Apakah menurut anda itu sudah cukup atau perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk penyebaran informasi perusahaan tersebut?</p>	<p>Memiliki hanya akun Instagram cukup untuk memulai, tapi seiring berkembangnya bisnis, <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> diperlukan untuk memberikan informasi lebih lengkap dan profesional.</p> <p>Menurut saya, perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk meningkatkan kredibilitas dan menyediakan informasi yang lebih terstruktur.</p>
<p><b>Pertanyaan 7</b> Pernahkah anda melihat atau mengakses <i>company profile</i> berbasis <i>website</i>?</p> <p><b>Follow Up</b> Jika iya, apa saja <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang pernah anda akses dan informasi apa saja yang anda dapatkan?</p>	<p>Ya.</p> <p>Yaitu, Starline Designer; MKart Production; Saya telah mengakses <i>company profile</i> dari beberapa penyedia jasa serupa, seperti yang ada di industri otomotif dan seni. Informasi yang saya dapatkan mencakup layanan yang ditawarkan, portofolio, dan informasi kontak.</p>
<p><b>Pertanyaan 8</b> Apa hambatan atau kendala yang Anda hadapi saat menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> atau layanan sejenis sebelumnya?</p>	<p>Kadang-kadang navigasi yang kurang intuitif dan informasi yang tidak terupdate.</p>
<p><b>Pertanyaan 9</b> Apa kebutuhan atau preferensi khusus yang Anda inginkan ketika</p>	<p>Informasi yang terstruktur dengan baik, navigasi yang mudah, konten yang selalu diperbarui, dan desain warna yang menyesuaikan dengan ciri khas Pacie Airbrush seperti dari logo atau instagramnya.</p>

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
<b>Pertanyaan 10</b> Apa harapan untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan?	<i>Company profile</i> yang menarik secara visual, user-friendly, dan mencakup semua informasi yang relevan seperti layanan, portofolio, dan kontak.

Semua data yang telah disampaikan adalah benar. Jawaban Narasumber akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih atas perhatiannya dan partisipasinya sebagai narasumber.

Mengetahui,  
Narasumber

  
Cici Cendikya

Nama Narasumber : Islah Agung Rahadi  
 Pekerjaan : Admin  
 Tanggal : 16 Mei 2024  
 Waktu : 10.00  
 Tempat Wawancara : Online

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Objektif</b> 1. Pembuka wawancara 2. Perkenalan diri 3. Ucapan terimakasih atas ketersediaan narasumber 4. Penjelasan tujuan wawancara untuk mengetahui pengalaman calon <i>user</i> dan pendapat tentang produk yang akan dibuat	
<b>Pertanyaan 1</b> Mohon sebutkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan anda saat ini	Jenis Kelamin: Pria Usia: 23 tahun Pekerjaan: Admin Pacie Airbrush
<b>Pertanyaan 2</b> Bagaimana kebiasaan anda dalam menggunakan internet sehari-hari?	Saya menggunakan internet yaitu untuk mendapatkan berita terbaru, mengelola media sosial, bermain game, berbisnis, menggunakan transportasi dan belanja <i>online</i> .
<b>Pertanyaan 3</b> Perangkat apa saja yang anda gunakan saat mengakses internet?	Laptop, <i>smartphone</i> .
<b>Pertanyaan 4</b> Berapa lama anda menggunakan perangkat tersebut?	Laptop: selama jam kerja <i>Smartphone</i> : sekitar 5 jam per hari
<b>Pertanyaan 5</b> Sebutkan 3 hal utama ( <i>website</i> maupun aplikasi)	1. Manajemen Informasi 2. Media Sosial 3. Komunikasi

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
bagi anda saat menjelajahi internet?	
<p><b>Pertanyaan 6</b> Bagaimana pendapat anda jika sebuah perusahaan hanya memiliki akun intagram sebagai penyebaran informasi perusahaan?</p> <p><b>Follow Up</b> Apakah menurut anda itu sudah cukup atau perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk penyebaran informasi perusahaan tersebut?</p>	<p>Instagram sangat efektif untuk promosi visual, tetapi <i>website</i> memberikan kesan lebih profesional dan lengkap. Ditambah penggunaan instagram Pacie Airbrush selama ini tidak menjelaskan layanannya secara jelas dan proyek yang telah dikerjakan belum dipublikasikan secara baik pada instagramnya</p> <p>Saya percaya <i>website</i> sangat penting untuk memberikan informasi lebih rinci dan terstruktur tentang perusahaan.</p>
<p><b>Pertanyaan 7</b> Pernahkah anda melihat atau mengakses <i>company profile</i> berbasis <i>website</i>?</p> <p><b>Follow Up</b> Jika iya, apa saja <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang pernah anda akses dan informasi apa saja yang anda dapatkan?</p>	<p>Ya,</p> <p>Saya sering mengakses <i>company profile</i> dari seperti West Coast Customs dan Sakart Design. Informasi yang biasanya saya cari adalah detail layanan, portofolio, dan kontak.</p>
<p><b>Pertanyaan 8</b> Apa hambatan atau kendala yang Anda hadapi saat menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> atau layanan sejenis sebelumnya?</p>	<p>Terkadang navigasi yang membingungkan, dan informasi yang tidak terbaru.</p>
<p><b>Pertanyaan 9</b> Apa kebutuhan atau preferensi khusus yang Anda inginkan ketika</p>	<p>Informasi yang jelas dan terbaru, desain responsif serta warna yang sesuai, dan kemudahan navigasi.</p>

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
<b>Pertanyaan 10</b> Apa harapan untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan?	Harapan nya pelanggan bisa lebih mudah untuk mengakses informasi terkait layanan yang kita jual dan menampilkan portofolio dengan baik serta mudah di akses untuk semua kalangan

Semua data yang telah disampaikan adalah benar. Jawaban Narasumber akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih atas perhatiannya dan partisipasinya sebagai narasumber.

Mengetahui,  
Narasumber



Islah Agung Rahadi

Nama Narasumber : Akbar Rizki Prasty  
 Pekerjaan : Karyawan  
 Tanggal : 16 Mei 2024  
 Waktu : 12.00  
 Tempat Wawancara : Online

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Objektif</b> 1. Pembuka wawancara 2. Perkenalan diri 3. Ucapan terimakasih atas ketersediaan narasumber 4. Penjelasan tujuan wawancara untuk mengetahui pengalaman calon <i>user</i> dan pendapat tentang produk yang akan dibuat	
<b>Pertanyaan 1</b> Mohon sebutkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan anda saat ini	Jenis Kelamin: Pria Usia: 23 tahun Pekerjaan: Karyawan
<b>Pertanyaan 2</b> Bagaimana kebiasaan anda dalam menggunakan internet sehari-hari?	Saya menggunakan internet untuk mencari informasi, bersosial media untuk berkomunikasi, dan mencari hiburan.
<b>Pertanyaan 3</b> Perangkat apa saja yang anda gunakan saat mengakses internet?	Laptop, <i>smartphone</i> .
<b>Pertanyaan 4</b> Berapa lama anda menggunakan perangkat tersebut?	Lebih dari 10 tahun Laptop: sekitar 3 jam per hari <i>Smartphone</i> : sekitar 5 jam per hari
<b>Pertanyaan 5</b> Sebutkan 3 hal utama ( <i>website</i> maupun aplikasi)	1. Riset Produk atau Layanan 2. Media Sosial 3. Streaming Video

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
bagi anda saat menjelajahi internet?	
<p><b>Pertanyaan 6</b> Bagaimana pendapat anda jika sebuah perusahaan hanya memiliki akun intagram sebagai penyebaran informasi perusahaan?</p> <p><b>Follow Up</b> Apakah menurut anda itu sudah cukup atau perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk penyebaran informasi perusahaan tersebut?</p>	<p>Mungkin jika hanya instagram saja menurut saya kurang cukup. karena instagram hanya sebatas sosial media yang dimana fiturnya masih terbatas.</p> <p>Untuk zaman sekarang, <i>website</i> dengan informasi baik untuk <i>company profile</i> atau penjualan produk sangat diperlukan <i>website</i>. Karena memanfaatkan internet untuk melakukan transaksi dan mencari informasi.</p>
<p><b>Pertanyaan 7</b> Pernahkah anda melihat atau mengakses <i>company profile</i> berbasis <i>website</i>?</p> <p><b>Follow Up</b> Jika iya, apa saja <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang pernah anda akses dan informasi apa saja yang anda dapatkan?</p>	<p>Sering, saya cukup sering melihat <i>company profile</i> perhotelan yang berbasis <i>website</i>.</p> <p>Salah satunya seperti Hotel Borobudur dan Ayana. Informasi yang didapatkan seperti layanan dan fasilitas yang disediakan.</p>
<p><b>Pertanyaan 8</b> Apa hambatan atau kendala yang Anda hadapi saat menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> atau layanan sejenis sebelumnya?</p>	<p>Informasi yang sulit ditemukan, navigasi yang membingungkan di website lain, dan kurangnya detail informasi di media sosial.</p>
<p><b>Pertanyaan 9</b> Apa kebutuhan atau preferensi khusus yang Anda inginkan ketika</p>	<p>Tentu harus informatif, yang tadinya mungkin hanya di sosial media, ketika dimuat di <i>website</i> lebih banyak lagi informasi yang bisa dimuat, serta fitur kontak dan lokasi</p>

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
<b>Pertanyaan 10</b> Apa harapan untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan?	Bukan hanya informatif tapi memiliki nilai <i>value</i> dari perusahaan tersebut, mudah digunakan, dan memberikan detail lengkap tentang layanan dan portofolio.

Semua data yang telah disampaikan adalah benar. Jawaban Narasumber akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih atas perhatiannya dan partisipasinya sebagai narasumber.

Mengetahui,  
Narasumber



Akbar Rizki Prastya

Nama Narasumber : Aryadi  
 Pekerjaan : Wiraswasta  
 Tanggal : 17 Mei 2024  
 Waktu : 09.00  
 Tempat Wawancara : Online

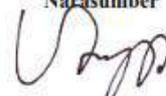
Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
<b>Objektif</b> 1. Pembuka wawancara 2. Perkenalan diri 3. Ucapan terimakasih atas ketersediaan narasumber 4. Penjelasan tujuan wawancara untuk mengetahui pengalaman calon <i>user</i> dan pendapat tentang produk yang akan dibuat	
<b>Pertanyaan 1</b> Mohon sebutkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan anda saat ini	Jenis Kelamin: Pria Usia: 51 tahun Pekerjaan: Wiraswasta
<b>Pertanyaan 2</b> Bagaimana kebiasaan anda dalam menggunakan internet sehari-hari?	Mencari hiburan dan informasi, untuk bekerja, bersosial media untuk komunikasi
<b>Pertanyaan 3</b> Perangkat apa saja yang anda gunakan saat mengakses internet?	Handphone, Laptop
<b>Pertanyaan 4</b> Berapa lama anda menggunakan perangkat tersebut?	Dalam sehari menggunakan perangkat saat jam kerja, namun sudah dalam kurun waktu lebih dari 10 Tahun
<b>Pertanyaan 5</b> Sebutkan 3 hal utama ( <i>website</i> maupun aplikasi)	1. Media Sosial 2. Berita dan Artikel 3. Edukasi

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
bagi anda saat menjelajahi internet?	
<p><b>Pertanyaan 6</b> Bagaimana pendapat anda jika sebuah perusahaan hanya memiliki akun intagram sebagai penyebaran informasi perusahaan?</p> <p><b>Follow Up</b> Apakah menurut anda itu sudah cukup atau perlu sebuah <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> untuk penyebaran informasi perusahaan tersebut?</p>	Kurang, karena dengan semakin banyak wadah penyebaran informasi maka akan semakin mudah bagi kalangan pengguna untuk mendapatkan informasi.
<p><b>Pertanyaan 7</b> Pernahkah anda melihat atau mengakses <i>company profile</i> berbasis <i>website</i>?</p> <p><b>Follow Up</b> Jika iya, apa saja <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang pernah anda akses dan informasi apa saja yang anda dapatkan?</p>	Iya, Pernah.  Profil Perusahaan Produsen Mechanical, Electric & Plumbing seperti Vinilon dan Persada Nusantara. Informasi Produk, Informasi Kontak, dan status perusahaan
<p><b>Pertanyaan 8</b> Apa hambatan atau kendala yang Anda hadapi saat menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> atau layanan sejenis sebelumnya?</p>	Isi konten tidak ada atau lengkap, informasi yang tidak terupdate, dan integrasi media sosial yang terbatas
<p><b>Pertanyaan 9</b> Apa kebutuhan atau preferensi khusus yang Anda inginkan ketika</p>	Mudah diakses, konten lengkap, dan fitur yang memadai

Pertanyaan Wawancara atau Objektif Wawancara	Jawaban Narasumber
menggunakan <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> ?	
<b>Pertanyaan 10</b> Apa harapan untuk <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> yang akan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan?	Sediakan informasi yang lengkap dan terstruktur dengan baik, terintegrasi pembaruan konten dengan media sosial untuk akses mudah ke informasi terbaru.

Semua data yang telah disampaikan adalah benar. Jawaban Narasumber akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih atas perhatiannya dan partisipasinya sebagai narasumber.

Mengetahui,  
Narasumber



Aryadi

## Lampiran 7. Surat Izin Penelitian

 <p><i>Mencerdaskan &amp; Memantapkan Bangsa</i></p>	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA</b>	
	Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon: Rektor : (021) 4893854, WR.I : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982 BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, 4893668, BK: 4752180 Bag. UHTP: 4890046, Bag. Keuangan : 4892414, Bag.Kepegawaian: 4890536 Laman : www.unj.ac.id	
Nomor : 3246/UN39.12/KM/2024		13 Februari 2024
Lamp. : -		
Hal : <b>Permohonan Izin Mengadakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi</b>		
<p><b>Yth. Pemilik Pacle Airbrush</b>  <b>Jalan Cimandiri No.4, RT.6/RW.4, Cikini, Kec.</b>  <b>Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus</b>  <b>Ibukota Jakarta 10330</b></p>		
<p>Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :</p>		
Nama : <b>David Akbar Rangkuti</b> NIM : 1512620085 Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer Fakultas : Teknik No. Telp/HP : 085155277850		
<p>Untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :</p>		
<p><b>“Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna Company Profile Pacle Airbrush Berbasis Website Dengan Metode Five Planes”</b></p>		
<p>Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.</p>		
		Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat  <b>Dra. Tri Suparmiyati, M.Si.</b> NIP. 196705141993032001
<p><b>Tembusan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dekan Fakultas Teknik</li> <li>2. Koordinator Program Studi Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer</li> </ol>		
<p><small>3246_Penelitian Penulisan Skripsi</small></p>		

## Lampiran 8. Lembar Kelayakan Judul Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
Gedung L1 Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon : 021 – 47868050 Laman: <http://ft.unj.ac.id/ptik/> Fb: Ptik Ft-unj

**LEMBAR PERNYATAAN KELAYAKAN JUDUL/TEMA  
SKRIPSI/KOMPREHENSIF**

Setelah mempertimbangkan hasil Seminar Usulan Proposal dari seluruh dosen penilai, dengan ini kami menyatakan bahwa judul/~~tema~~ skripsi/~~komprensif~~

**Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile*  
Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode Five Planes**

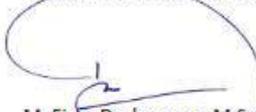
yang diajukan oleh mahasiswa:

Nama : David Akbar Rangkti  
No. Registrasi : 1512620085  
Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
Fakultas : Teknik

dinyatakan layak dan disetujui untuk \*

- a. dilanjutkan ke Bimbingan Skripsi
- b. dilanjutkan ke seminar proposal, dengan catatan  
**Mahasiswa yang bersangkutan wajib memperbaiki proposal sesuai saran dari dosen penilal sesuai arahan dosen pembimbing yang telah ditentukan.**
- c. Tidak layak, harus ganti judul/tema baru

Jakarta, 20 Mei 2024  
Koordinator Penyelesaian Studi  
Koordinator Program Studi Pendidikan  
Teknik Informatika dan Komputer

  
M. Ficky Duskarnaen, M.Sc  
NIP. 197309242006041001

\* Lingkari salah satu

## Lampiran 9. Surat Tugas Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
Gedung L1 Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon : 021 – 47868050 Laman: <http://ft.unj.ac.id/ptik/> Fb: Ptik Ft-unj

**SURAT TUGAS**

No. 007 /Skripsi/PTIK/ST/120/2024

Berdasarkan Surat Pernyataan Kelayakan Judul/Tema Skripsi/~~Komprehensif~~, dengan ini Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer menugaskan kepada Bapak/Ibu dosen berikut:

No	Nama Dosen	NIP	Pembimbing
1.	Irma Permata Sari, S.Pd, M.Eng	198905262019032022	Pembimbing I
2.	Ressy Dwitias Sari, S.T, M.T.I	198909152019032021	Pembimbing II

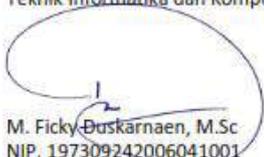
Untuk membimbing skripsi/~~komprehensif~~/karya inovatif mahasiswa :

Nama : **David Akbar Rangkuti**  
 No. Registrasi : 1512620085  
 Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
 Judul/Tema : Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode Five Planes  
 Lama bimbingan : 8 (delapan) bulan  
**Terhitung mulai bulan Mei s/d Desember 2024**

Apabila pada tanggal yang telah ditentukan mahasiswa yang dibimbing belum selesai, maka Bapak/Ibu harus melaporkan kepada Koordinator Penyelesaian Studi Jurusan.

Demikian surat tugas ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 20 Mei 2024  
 Koordinator Program Studi Pendidikan  
 Teknik Informatika dan Komputer

  
 M. Ficky Duskarnaen, M.Sc  
 NIP. 197309242006041001

Tembusan:

1. Kaprodi
2. KPSJ

## Lampiran 10. Lembar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 1



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,  
DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER**  
Gedung L1 Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon : 021 – 47868050 Laman: <http://ft.unj.ac.id/ptik/> Fb: Ptik Ft-unj

*Mencerdaskan dan  
Memantapkan Bangsa*

---

**LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/~~KOMPREHENSIF~~/KARYA INOVATIF**

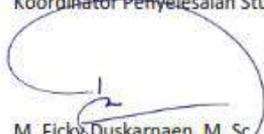
Nama : **David Akbar Rangkuti**  
 No. Registrasi : 1512620085  
 Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
 Judul/Tema : Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode Five Planes

Dosen Pembimbing : 1. **Irma Permata Sari, S.Pd, M.Eng**  
 Tanggal Pertemuan Pertama \* : ..... Paraf KPSJ \* : .....

PERTEMUAN/ TANGGAL	MATERI BAHASAN	PARAF DOSEN	KET.
05/12/2023	Pengajuan Judul Proposal Skripsi		Luring
20/12/2023	Bimbingan BAB I <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbaiki identifikasi masalah dengan merumuskan masalah secara tegas.</li> <li>• Menyesuaikan bagian-bagian dengan tujuan yang diinginkan.</li> <li>• Melengkapi serta memperbaiki bagian yang kurang lengkap.</li> </ul>		Luring
25/01/2024	Membahas dan Merevisi BAB II <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masukan mengenai kerangka teoritik</li> <li>• Perbaikan bagan kerangka berpikir.</li> </ul>		Luring
23/02/2024	Membahas dan Merevisi BAB III <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbaikan Pengujian.</li> <li>• Memastikan Metode yang digunakan dan Diagram Alur Penelitian.</li> </ul>		Luring
25/04/2024	Verifikasi proposal skripsi dan meminta tanda tangan untuk berkas seminar proposal.		Daring
06/05/2024	Konfirmasi terkait revisi Seminar Proposal.		Daring
21/05/2024	Bimbingan proses Penelitian BAB IV.		Daring
29/05/2024	Bimbingan hasil revisi Penelitian BAB IV dan proses menuju tahap pengujian produk		Daring

23/06/2024	Bimbingan proses BAB V dan penyelesaian proposal skripsi		Daring
24/06/2024	Verifikasi proposal skripsi dan meminta tanda tangan untuk berkas seminar proposal.		Daring

Mengetahui,  
Koordinator Penyelesaian Studi Jurusan

  
M. Ficky Duskarnaen, M. Sc  
NIP. 197309242006041001

\* Diisi dan diparaf paling lambat 2 minggu setelah mendapatkan dosen pembimbing

## Lampiran 11. Lembar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 2



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,  
DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER**

Gedung L1 Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon : 021 – 47868050 Laman: <http://ft.unj.ac.id/pik/> Fb: Ptk Ft-unj

---

**LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/~~KOMPREHENSIF~~/KARYA INOVATIF**

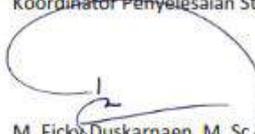
Nama : **David Akbar Rangkuti**  
 No. Registrasi : 1512620085  
 Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
 Judul/Tema : Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis Website Dengan Metode Five Planes.

Dosen Pembimbing : 2. **Ressy Dwitias Sari, S.T., M.T.I**  
 Tanggal Pertemuan Pertama \* : ..... Paraf KPSJ \* : .....

PERTEMUAN/ TANGGAL	MATERI BAHASAN	PARAF DOSEN	KET.
22/02/2024	Pengajuan Judul Proposal Skripsi		Daring
23/02/2024	Bimbingan BAB I <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengasah kemampuan identifikasi masalah dengan merumuskan permasalahan secara jelas.</li> <li>• Menyesuaikan setiap komponen dengan tujuan yang ingin dicapai.</li> <li>• Melengkapi dan memperbaiki bagian-bagian yang masih kurang lengkap.</li> </ul>		Luring
08/03/2024	Membahas dan Merevisi BAB II <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masukan mengenai urutan dan paragraf pada kerangka teoritik.</li> <li>• Perbaikan bagan kerangka berpikir.</li> </ul>		Daring
14/03/2024	Membahas dan Merevisi BAB III <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbaikan untuk metode pengujian.</li> <li>• Memastikan bagan Diagram Alur Penelitian.</li> </ul>		Daring
26/04/2024	Verifikasi proposal skripsi dan meminta tanda tangan untuk berkas seminar proposal.		Luring
07/05/2024	Konfirmasi terkait revisi Seminar Proposal.		Luring
17/05/2024	Bimbingan progres Penelitian BAB IV.		Luring
27/05/2024	Bimbingan hasil revisi Penelitian BAB IV dan proses menuju tahap pengujian produk		Luring

24/06/2024	Bimbingan proses BAB V dan penyelesaian proposal skripsi		Luring
25/06/2024	Verifikasi proposal skripsi dan meminta tanda tangan untuk berkas sidang Skripsi.		Daring

Mengetahui,  
Koordinator Penyelesaian Studi Jurusan

  
M. Ficky Duskarnaen, M. Sc  
NIP. 197309242006041001

\* Diisi dan diparaf paling lambat 2 minggu setelah mendapatkan dosen pembimbing

## Lampiran 12. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing 1

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA</b> <b>FAKULTAS TEKNIK</b>
	Gedung L Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon : ( 62-21 ) 4751523, 47864808 Fax: 47864808 Laman: <a href="http://ft.unj.ac.id">http://ft.unj.ac.id</a> email: <a href="mailto:ft@unj.ac.id">ft@unj.ac.id</a>
<hr/> <b>SURAT PERNYATAAN</b>	
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:	
Nama	: Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng
NIP	: 198905262019032022
Adalah Dosen Pembimbing dari mahasiswa:	
Nama	: David Akbar Rangluti
No. Reg	: 1512620085
Program Studi	: Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer
Angkatan	: 2020
Dengan ini saya menyetujui agar mahasiswa dapat mengajukan pendaftaran ( <del>Seminar</del> <del>Proposal-Skripsi-Sidang TA-Sidang Skripsi-Sidang Tesis-Sidang PhD</del> ) semester Genap 120, dengan judul "PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA DAN PENGALAMAN PENGGUNA <i>COMPANY PROFILE</i> PACIE AIRBRUSH BERBASIS <i>WEBSITE</i> DENGAN METODE <i>FIVE PLANES</i> ". Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebaik-baiknya.	
Jakarta, 24 Juni 2024 Dosen Pembimbing 1	
  Irma Permata Sari, S.Pd., M.Eng NIP. 198905262019032022	
(*pilih salah satu)	

## Lampiran 13. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing 2

 <p style="font-size: small;">Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA</p>	<p><b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA</b> <b>FAKULTAS TEKNIK</b></p> <p>Gedung L Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon : ( 62-21 ) 4751523, 47864808 Fax. 47864808 Laman: <a href="http://ft.unj.ac.id">http://ft.unj.ac.id</a> email: <a href="mailto:ft@unj.ac.id">ft@unj.ac.id</a></p>
---	---

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Resty Dwitias Sari, S.T., M.T.I  
NIP : 198909152019032021

Adalah Dosen Pembimbing dari mahasiswa:

Nama : David Akbar Rangkuti  
No. Reg : 1512620085  
Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer  
Angkatan : 2020

Dengan ini saya menyatakan agar mahasiswa dapat mengajukan pendaftaran (~~Seminar Proposal Skripsi~~ ~~Sidang TA~~ ~~Sidang Skripsi~~ ~~Sidang Tesin~~ ~~Sidang PBT~~) semester Genap 120, dengan judul "PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA DAN PENGALAMAN PENGGUNA COMPANY PROFILE PACIE AIRBRUSH BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE FIVE PLANES".

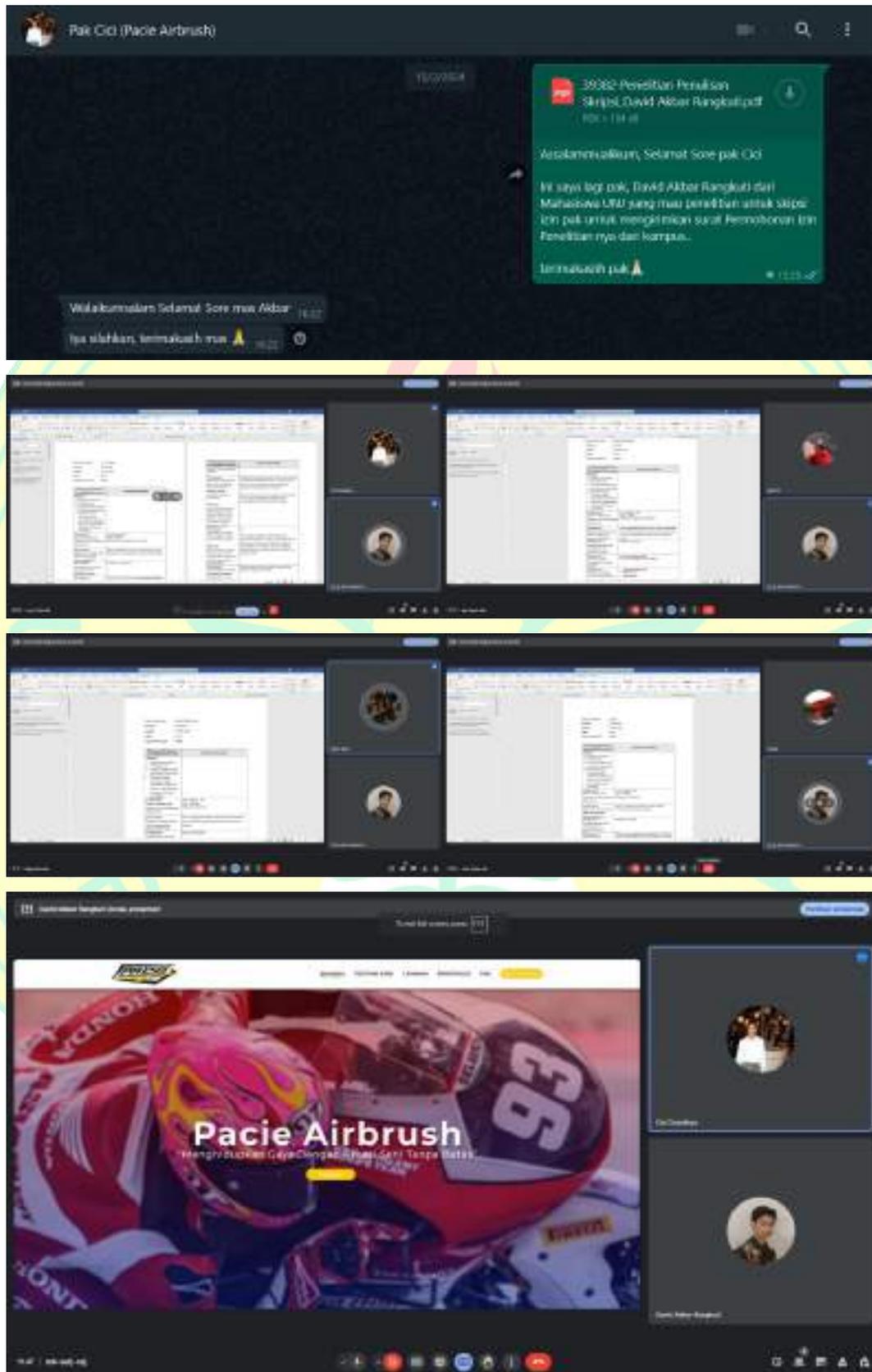
Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Jakarta, 25 Juni 2024  
Dosen Pembimbing II

  
 Resty Dwitias Sari, S.T., M.T.I  
 NIP. 198909152019032021

(\*)pilih salah satu

## Lampiran 14. Dokumentasi Dalam Penelitian



## TENTANG PENULIS



Penulis bernama lengkap David Akbar Rangkuti, lahir di Jakarta pada tanggal 06 September 2001, merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Agni Pahlevi Rangkuti dan Titin Suhartini. Penulis menempuh pendidikan formalnya di SDN Rawajati 05 Pagi, SMPN 154 Jakarta, dan SMAN 93 Jakarta.

Pada tahun 2020, penulis diterima sebagai mahasiswa melalui jalur SBMPTN di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Teknik, Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer.

Penulis aktif dalam berorganisasi, yaitu di Badan Eksekutif Mahasiswa Program Studi (BEMP) PTIK 2021 sebagai staf Divisi Advokasi dan di tahun 2022 sebagai Kepala Divisi Advokasi. Selain itu penulis beberapa kali mengikuti kegiatan dan kepanitiaan antara lain Ketua Pelaksana Pelatihan Kepemimpinan Mahasiswa Prodi (PKMP) Rumpun Teknik Elektro 2021, Kepala Subdiv Acara Workshop IT EXPO UNJ 2021, dan Staf Divisi Acara Festival Teknik UNJ 2022

Di luar kampus, penulis pernah magang di Ditops Sumber Daya Ditjen SDPPI Kementerian Kominfo sebagai *Validator* Perizinan Frekuensi dan *Website Analyst*. Peneliti juga pernah Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMK Cyber Media.

Dalam menyelesaikan studinya, penulis melakukan sebuah penelitian untuk pengerjaan skripsi dengan judul “Perancangan Antarmuka Pengguna Dan Pengalaman Pengguna *Company Profile* Pacie Airbrush Berbasis *Website* Dengan Metode *Five Planes*” sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan. Untuk kontak penulis, dapat dihubungi via e-mail ke [rangkutidavid@gmail.com](mailto:rangkutidavid@gmail.com)