

**PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE COMPANY*
PROFILE DI JAKARTA MENGGUNAKAN *CREATA*
(PT. SATU RESOLUSI OPTIMA)**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Teknik Informatika**



Dibuat Oleh:

Hendy Pribadi W.

160708716

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN DESAIN WEBSITE COMPANY PROFILE DI JAKARTA MENGGUNAKAN
CREATA

yang disusun oleh

HENDY PRIBADI WICAKSONO

160708716

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 14 Desember 2020

Dosen Pembimbing 1 : Thomas Adi Purnomo Sidhi, ST., MT.

Dosen Pembimbing 2 : Yonathan Dri Handarkho, ST., M.Eng.

Tim Penguji

Penguji 1 : Thomas Adi Purnomo Sidhi, ST., MT.

Penguji 2 : Eduard Rusdianto, ST., MT.

Penguji 3 : Joseph Eric Samodra, S.Kom, MIT.

Keterangan

Telah menyetujui

Telah menyetujui

Telah menyetujui

Telah menyetujui

Telah menyetujui

Yogyakarta, 14 Desember 2020

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan

ttd

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc

PERNYATAAN ORISINALITAS & PUBLIKASI ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hendy Pribadi Wicaksono
NPM : 160708716
Program Studi : Teknik Informatika
Fakultas : Teknologi Industri
Judul Penelitian : Perancangan Desain *Website Company Profile* Di
Jakarta Menggunakan *Creata*

Menyatakan dengan ini:

1. Tugas Akhir ini adalah benar tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya penelitian lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas penelitian ini, berupa Hak untuk menyimpan, mengelola, mendistribusikan, dan menampilkan hasil penelitian selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Hendy Pribadi Wicaksono

160708716

PERNYATAAN PERSETUJUAN DARI INSTANSI ASAL PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap Pembimbing : Bobby Hartanto

Jabatan : *Corporate Service Manager*

Departemen : IT

Menyatakan dengan ini:

Nama Lengkap : Hendy Pribadi Wicaksono

NPM : 160708716

Program Studi : Teknik Informatika

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Penelitian : Perancangan Desain *Website Company Profile* Di
Jakarta Menggunakan *Creata*

1. Penelitian telah selesai dilaksanakan pada perusahaan.
2. Perusahaan telah melakukan sidang internal berupa kelayakan penelitian ini dan akan mencantumkan lembar penilaian secara tertutup kepada pihak universitas sebagai bagian dari nilai akhir mahasiswa.
3. Memberikan kepada Instansi Penelitian dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas penelitian ini, berupa hak untuk menyimpan, mengelola, mendistribusikan, dan menampilkan hasil penelitian selama tetap mencantumkan nama penulis.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Boby Hartanto

Corporate Service Manager

HALAMAN PERSEMBAHAN

Semua akan indah pada waktu-Nya



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan tugas akhir “Perancangan Desain *Website Company Profile* di Jakarta Menggunakan *Creata*” ini dengan baik.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana Teknik Informatika dari Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan tugas akhir ini penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dorongan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membimbing dalam iman-Nya, memberikan berkat-Nya, dan menyertai penulis selalu.
2. Bapak Dr. A. Teguh Siswantoro, selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Thomas Adi Purnomo Sidhi, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan masukan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Yonathan Dri Handarkho, ST., M.Eng, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kedua Orang tua telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan tugas akhir ini.
6. Teman-teman HMKV yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses pembuatan tugas akhir ini

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu doa dan memberikan dukungan.

Demikian laporan tugas akhir ini dibuat, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 20 Agustus 2020

Hendy Pribadi W

160708716



DAFTAR ISI

PERANCANGAN DESAIN <i>WEBSITE COMPANY PROFILE</i> DI JAKARTA MENGUNAKAN <i>CREATA</i>	i
(PT. SATU RESOLUSI OPTIMA)	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERANCANGAN DESAIN <i>WEBSITE COMPANY PROFILE</i> DI JAKARTA MENGUNAKAN <i>CREATA</i>	Error! Bookmark not defined.
(PT. SATU RESOLUSI OPTIMA)	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS & PUBLIKASI ILMIAH.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN DARI INSTANSI ASAL PENELITIAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
INTISARI.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
1.5 Metode Penelitian.....	2
1.6 Sistematika Penulisan	3
Bab 1 Pendahuluan.....	3
Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	3
Bab 3 Landasan Teori	4
Bab 4 Analisis dan Perancangan Desain	4
Bab 5 Hasil Antarmuka dan Publikasi <i>Website</i>	4

Bab 6 Penutup	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian.....	7
BAB III. LANDASAN TEORI.....	12
3.1 <i>User Interface</i>	12
3.2 <i>User Experience</i>	12
3.3 <i>Creata</i>	16
3.4 <i>Internet Marketing</i>	20
3.5 <i>Website</i>	20
BAB IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN DESAIN.....	21
4.1 Analisis Sistem.....	21
4.2 Lingkup Masalah.....	21
4.2.1 <i>JLAI Architect</i>	21
4.2.2 <i>DAIKIN</i>	21
4.2.3 <i>WINTEQ</i>	21
4.3 Perspektif Produk.....	22
4.4 Fungsi Produk	22
4.4.1 Fungsi Produk JLAI Architect	22
4.4.2 Fungsi Produk DAIKIN	23
4.4.3 Fungsi Produk WINTEQ	24
4.5 Kebutuhan Antarmuka	25
4.5.1 Kebutuhan <i>User</i>	25
4.5.2 Kebutuhan Perangkat Keras	25
4.5.3 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	26
4.5.4 Kebutuhan Komunikasi.....	26
4.5.5 Kebutuhan Sistem	27

4.6	Perancangan	28
4.6.1	Alur Perancangan Design.....	28
4.6.2	Perancangan Antarmuka	33
BAB V. HASIL ANTARMUKA DAN PUBLIKASI WEBSITE		63
5.1	Hasil & Publikasi	63
5.1.1	<i>JLAI Architect</i>	63
5.1.2	<i>DAIKIN</i>	84
5.1.3	<i>WINTEQ</i>	104
5.2	Desain Website Sebelumnya	114
5.2.1	<i>WINTEQ</i>	114
5.3	Grafik Pengunjung Halaman pada <i>Creata</i>	120
5.3.1	<i>DAIKIN</i>	120
5.3.2	<i>WINTEQ</i>	122
5.4	Analisis Kelebihan dan Kekurangan Desain Baru	124
5.4.1	<i>JLAI Architect</i>	124
5.4.2	<i>DAIKIN</i>	124
5.4.3	<i>WINTEQ</i>	124
5.5	Hasil Pengujian Terhadap Pengguna	125
	Tabel 5.5 1 - Tabel Pengujian Terhadap Pengguna	127
	Tabel 5.5 2 - Hasil Pengujian Terhadap Pengguna	129
BAB VI. PENUTUP		131
6.1.	Kesimpulan	131
6.2.	Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA		133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 <i>Element of User Experience</i>	13
Gambar 3. 2 <i>Elemen Strategy</i>	13
Gambar 3. 3 <i>Elemen Scope</i>	14
Gambar 3. 4 <i>Elemen Structure</i>	14
Gambar 3. 5 <i>Elemen Skeleton</i>	15
Gambar 3. 6 <i>Elemen Skeleton Wireframe</i>	16
Gambar 3. 7 <i>Elemen Surface</i>	16
Gambar 3. 8 <i>Widgets Creaata</i>	17
Gambar 3. 9 <i>Developer Mode – Row</i>	18
Gambar 3. 10 <i>Developer Mode - Edit HTML/CSS</i>	18
Gambar 3. 11 <i>Developer Mode - Tampilan Edit HTML/CSS</i>	19
Gambar 3. 12 <i>Developer Mode – Code</i>	19
Gambar 4. 1 <i>Tahapan Merancang Desain</i>	28
Gambar 4. 2 <i>Halaman Awal Dribbble</i>	29
Gambar 4. 3 <i>Halaman Awal Behance</i>	29
Gambar 4. 4 <i>Halaman Awal Font Pairing</i>	30
Gambar 4. 5 <i>Halaman Awal Type Scale</i>	30
Gambar 4. 6 <i>Halaman Awal Flat Icon</i>	31
Gambar 4. 7 <i>Halaman Awal UI Gradients</i>	31
Gambar 4. 8 <i>Halaman Pemilihan Gradasi Warna</i>	32
Gambar 4. 9 <i>Halaman Developer Mode pada Creaata</i>	32
Gambar 4. 10 <i>Halaman Awal JLAI Architect</i>	33
Gambar 4. 11 <i>Menu Hamburger</i>	34
Gambar 4. 12 <i>Menu Projects Dropdown</i>	35
Gambar 4. 13 <i>Proyek Residential</i>	36
Gambar 4. 14 <i>Proyek Education</i>	37
Gambar 4. 15 <i>Proyek Master Planning</i>	38
Gambar 4. 16 <i>Proyek Sport</i>	39
Gambar 4. 17 <i>Proyek Hospitality & Retail</i>	40
Gambar 4. 18 <i>Halaman Projects</i>	41

Gambar 4. 19 <i>Project Resident - Green Puri Resident</i>	42
Gambar 4. 20 <i>Project Education - The Geoff Handbury Science and Technology Hub</i>	43
Gambar 4. 21 <i>Project Master Planning - Monterey Residences</i>	44
Gambar 4. 22 <i>Project Sport – Hangzhou Cloud Town Exhibition Center</i>	45
Gambar 4. 23 <i>Project Hospitality & Retail – Apartment of Vergalhoes</i>	46
Gambar 4. 24 Halaman <i>Contact Us</i>	48
Gambar 4. 25 Sebagai Referensi Halaman Awal.....	49
Gambar 4. 26 Halaman Tipe Bangunan.....	50
Gambar 4. 27 Halaman <i>Product Range</i>	50
Gambar 4. 28 <i>Customer Support</i>	51
Gambar 4. 29 Halaman Solusi <i>Heating & Cooling</i>	52
Gambar 4. 30 Halaman <i>Services</i>	52
Gambar 4. 31 Halaman <i>FAQ</i> bagian Pertanyaan	53
Gambar 4. 32 Halaman <i>FAQ</i> bagian Jawaban	53
Gambar 4. 33 Halaman <i>Contact Us</i>	54
Gambar 4. 34 Halaman <i>Products & Services</i>	55
Gambar 4. 35 Halaman <i>Special Purpose Machine & Equipment</i>	56
Gambar 4. 36 Halaman <i>Automation, Robotic & Smart Factory</i>	57
Gambar 4. 37 Halaman <i>Technical Training</i>	58
Gambar 4. 38 Halaman <i>Others</i>	59
Gambar 4. 39 Halaman <i>Research and Development</i>	60
Gambar 4. 40 Halaman <i>Partner</i>	61
Gambar 4. 41 Halaman <i>Contact Us</i>	62
Gambar 5. 1 Halaman Awal <i>JLAI Architect</i>	63
Gambar 5. 2 Menu <i>Hamburger</i>	64
Gambar 5. 3 Menu <i>Design</i>	64
Gambar 5. 4 Menu <i>Projects Dropdown</i>	65
Gambar 5. 5 <i>Pages</i>	66
Gambar 5. 6 Menu Proyek <i>Residential</i>	67
Gambar 5. 7 Menu Proyek <i>Education</i>	68

Gambar 5. 8 Menu Proyek <i>Master Planning</i>	69
Gambar 5. 9 Menu Proyek <i>Sport</i>	70
Gambar 5. 10 Menu Proyek <i>Hospitality & Retail</i>	71
Gambar 5. 11 Halaman <i>Projects</i>	72
Gambar 5. 12 <i>Project Resident - Green Puri Resident</i>	74
Gambar 5. 13 <i>Project Education - The Geoff Handbury Science and Technology Hub</i>	76
Gambar 5. 14 <i>Project Master Planning - Monterey Residences</i>	78
Gambar 5. 15 <i>Project Sport – Hangzhou Cloud Town Exhibition Center</i>	80
Gambar 5. 16 <i>Project Hospitality & Retail – Apartment of Vergalhoes</i>	82
Gambar 5. 17 <i>Contact Us</i>	83
Gambar 5. 18 Halaman Awal <i>DAIKIN</i>	85
Gambar 5. 19 <i>PRO-SHOP – TENTANG PRO-SHOP</i>	86
Gambar 5. 20 <i>PRO-SHOP – MENGAPA HiCAC</i>	87
Gambar 5. 21 <i>PURNA JUAL – PUSAT KONTAK</i>	88
Gambar 5. 22 <i>PURNA JUAL – PERMINTAAN SERVICE</i>	90
Gambar 5. 23 <i>PURNA JUAL - MAINTENANCE</i>	91
Gambar 5. 24 <i>PURNA JUAL – SUKU CADANG</i>	92
Gambar 5. 25 <i>PURNA JUAL – DATA TEKNIS</i>	94
Gambar 5. 26 <i>PURNA JUAL – FAQ</i>	95
Gambar 5. 27 <i>AKSESORIS AC – REFRIGERANT</i>	97
Gambar 5. 28 <i>AKSESORIS AC – PIPA AC (ASTM)</i>	98
Gambar 5. 29 <i>AKSESORIS AC – PIPA AC (JIS)</i>	99
Gambar 5. 30 <i>AKSESORIS AC – INSULASI PIPA (BSI)</i>	100
Gambar 5. 31 <i>DAIKIN RECOMMEND TOOLS “TASCO JAPAN”</i>	102
Gambar 5. 32 Halaman <i>Hubungi</i>	103
Gambar 5. 33 Halaman <i>Home</i>	105
Gambar 5. 34 Halaman <i>Company</i>	106
Gambar 5. 35 Halaman <i>Our Services - Special Purpose Machine & Equipment</i>	108
Gambar 5. 36 Halaman <i>Smart Factory</i>	109
Gambar 5. 37 Halaman <i>Standard Product</i>	110

Gambar 5. 38 Halaman <i>R&D</i>	111
Gambar 5. 39 Halaman <i>Newsletter</i>	112
Gambar 5. 40 Halaman <i>Announcement</i>	112
Gambar 5. 41 <i>Sitemap</i>	113
Gambar 5. 42 Halaman <i>Home</i>	115
Gambar 5. 43 Halaman <i>Company</i>	116
Gambar 5. 44 <i>Special Purpose Machine & Equipment</i>	117
Gambar 5. 45 <i>Pop-up</i>	118
Gambar 5. 46 <i>Research and Development</i>	119
Gambar 5. 47 Grafik <i>Overview</i>	120
Gambar 5. 48 Grafik <i>Site Traffic</i>	120
Gambar 5. 49 Gambar <i>Direct Traffic</i>	121
Gambar 5. 50 Gambar <i>Overview</i>	122
Gambar 5. 51 Gambar <i>Site Traffic</i>	122
Gambar 5. 52 Grafik <i>Direct Traffic</i>	123
Gambar 5. 53 Pekerjaan Responden	130

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian.....	7
Tabel 5.3 1 - Tabel Pengujian Terhadap Pengguna	127
Tabel 5.3 2 - Hasil Pengujian Terhadap Pengguna	129



INTISARI

Perancangan Desain *Website Company Profile* di Jakarta

Menggunakan *Creata*

Intisari

Hendy Pribadi W.

160708716

Kehadiran berbagai penemuan teknologi komunikasi tentu saja memudahkan kegiatan di berbagai bidang komunikasi. Salah satunya pada bidang *Internet Marketing*. Penggunaan *internet marketing* sebagai media komunikasi pemasaran dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yaitu *internet*. Menurut *internetworldstats.com* Indonesia sendiri menduduki peringkat ketiga sebagai pengguna *internet* dengan 143,3 juta penduduk. Perancangan situs *company profile* yang baik dan tepat secara *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* dapat meningkatkan jumlah *views* maupun *visit*, dengan kata lain, perancang dan klien telah berhasil merancang sebuah situs berdasarkan unsur IMK, dari segi pengguna, dan segi *usability*. Situs yang tidak teroptimasi dengan baik setelah di-*publish* akan menjadi permasalahan para pengusaha karena dapat menyebabkan kurangnya *traffic*, sehingga mereka tidak dapat memasarkan produknya dengan mudah.

Dengan memanfaatkan keunggulan pada *Creata*, pengguna dapat dengan mudah menggunakan *website* dengan perangkat yang mereka miliki, mencari, serta mengakses kapan saja dan dimana saja.

Berdasarkan data kuesioner, diperoleh kesimpulan bahwa perancangan *website* menggunakan *Creata* dapat meningkatkan jumlah *traffic* pengguna dengan merancang desain yang baik dari segi pengguna. Dengan memberikan konten yang relevan, memberikan desain yang menarik, penyajian informasi yang lengkap & rapi, dan menerapkan dasar-dasar IMK. Dari segi *usability*, pengguna pada umumnya lebih tertarik jika laman yang sedang dikunjungi dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa ada gangguan.

Kata Kunci: *Creata, website, Internet Marketing, User Interface, User Experience.*

Dosen Pembimbing I : Thomas Adi Purnomo Sidhi, S.T., M.T
Dosen Pembimbing II : Yonathan Dri Handarkha. ST., M. Eng
Jadwal Sidang Tugas Akhir : 14 Desember 2020



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi, semakin memudahkan seseorang dalam menjalankan berbagai kegiatan setiap harinya. Kehadiran berbagai penemuan teknologi komunikasi tentu saja memudahkan kegiatan di berbagai bidang komunikasi. Salah satunya pada bidang *Internet Marketing*. *Internet marketing* merupakan bentuk usaha baru dalam memasarkan produk digital atau jasa serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui *internet*. Penggunaan *internet marketing* sebagai media komunikasi pemasaran dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yaitu *internet*. *Internet* sudah mengubah wajah dunia saat ini, terutama dalam dunia bisnis seperti *online marketing*, *e-commerce*, dan *web marketing*, dibantu dengan adanya *internet* yang telah berkembang dengan cepat dan menjadi bagian paling penting dalam kehidupan masyarakat [1].

Dengan bantuan *internet* manusia dapat terhubung dengan siapapun di berbagai belahan dunia bahkan tanpa harus mengenal satu sama lain terlebih dahulu. Perkembangan *internet* memberi banyak dampak bagi masyarakat di Indonesia terutama dalam bidang komunikasi. Bahkan pengguna *Internet* di Indonesia pun terus bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan *internetworldstats.com* Indonesia sendiri menduduki peringkat ketiga sebagai pengguna *internet* dengan 143,3 juta penduduk, disusul oleh India dengan 560 juta penduduk, dan Tiongkok 829 juta penduduk. (*internetworldstats.com*, Juni 2019).

Pada 2023 mendatang jumlah pengguna *internet* di Indonesia kurang lebih akan mencapai 149,9 Juta. 70% diantaranya mengakses *internet* menggunakan *smartphone*. Dalam *Internet Marketing*, hal ini merupakan sebuah kesempatan untuk para pengusaha meningkatkan pengunjung *website*. Situs *web* akan menjadi alat paling ampuh dalam sarana pemasaran, yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung. (*databoks.katadata.co.id*, 22 Feb. 2019)

Perancangan situs *company profile* yang baik dan tepat secara *user interface* (*UI*) dan *user experience* (*UX*) dapat meningkatkan jumlah *views* maupun *visit*,

dengan kata lain, perancang dan klien telah berhasil merancang sebuah situs berdasarkan unsur IMK, dari segi pengguna, dan segi *usability*. Adapun beberapa keunggulan pada situs yang telah dirancang melalui *Creata*, yaitu *Mobile Friendly*, *SEO Friendly*, dan *Selalu Online*.

Situs yang tidak teroptimasi dengan baik setelah di-*publish* yang melatarbelakangi penulis untuk memberikan jalan alternatif dalam merancang agar situs perusahaan tersebut dapat meningkatkan *traffic* sehingga dapat memasarkan produk mereka dengan mudah. Dengan memanfaatkan keunggulan pada *Creata*, pengguna dapat dengan mudah menggunakan *website* dengan perangkat yang mereka miliki, mencari, serta mengakses kapan saja dan dimana saja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dideskripsikan, rumusan masalah dalam penelitian yaitu, bagaimana cara merancang sebuah *website* menggunakan *Creata* agar dapat meningkatkan jumlah *traffic*?

1.3 Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka batasan masalah yang dibahas sebagai berikut:

1. *Company Profile* yang dirancang hanya untuk klien yang berdomisili di Jakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan *website company profile* adalah dengan menggunakan *Creata* serta memanfaatkan keunggulannya.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, adapun metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Perencanaan Sistem
Perencanaan sistem dilakukan untuk mendapatkan estimasi dan

kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan seperti kebutuhan fisik, tenaga kerja dan dana untuk mendukung pengembangan aplikasi ini.

2. Studi Pustaka

Penulis mencari dan mempelajari setiap referensi sebagai sumber informasi seperti desain baru, maupun desain *website* orisinal dari klien yang telah bekerjasama sebelumnya agar dapat dijadikan referensi baru.

3. Desain Tampilan

Pada tahap ini penulis mendesain tampilan *company profile* berdasarkan acuan maupun permintaan seorang klien menggunakan *Creata*.

4. Evaluasi

Evaluasi terhadap *website* yang telah dirancang maupun didesain ulang untuk melihat agar acuan desain yang diinginkan telah tercapai.

5. Publikasi

Website yang telah dirancang, *redesign*, maupun direvisi yang telah disetujui pihak klien melalui *meeting (online/offline)* akan di *publish* secara langsung.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis, isi dari laporan ini disusun sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Merupakan bagian awal dari tugas akhir yang berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Berisi tentang penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yang akan dibuat sehingga dapat menjadi pembanding.

Bab 3 Landasan Teori

Bab ini berisikan penjelasan mengenai teori-teori yang menyangkut dengan penelitian yang dilakukan.

Bab 4 Analisis dan Perancangan Desain

Bab ini berisikan analisis kebutuhan pengujian dan perancangan pengujian

Bab 5 Hasil Antarmuka dan Publikasi *Website*

Bab ini berisi hasil pengujian dan pembahasan dari hasil yang sudah didapatkan

Bab 6 Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang diambil dari penelitian serta saran untuk membangun pengembangan selanjutnya.



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Berkembangnya perancangan *user interface* dan *user experience* di dunia teknologi maupun dalam pekerjaan sangat berperan besar dalam membangun sebuah produk berupa aplikasi. Aplikasi yang dibangun tidak hanya berupa aplikasi pada telepon genggam, bahkan sebuah halaman *website* yang baik pun juga diperlukan campur tangan seorang *user interface* dan *user experience designer*. Hal tersebut ditujukan untuk membantu klien dan pengguna untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

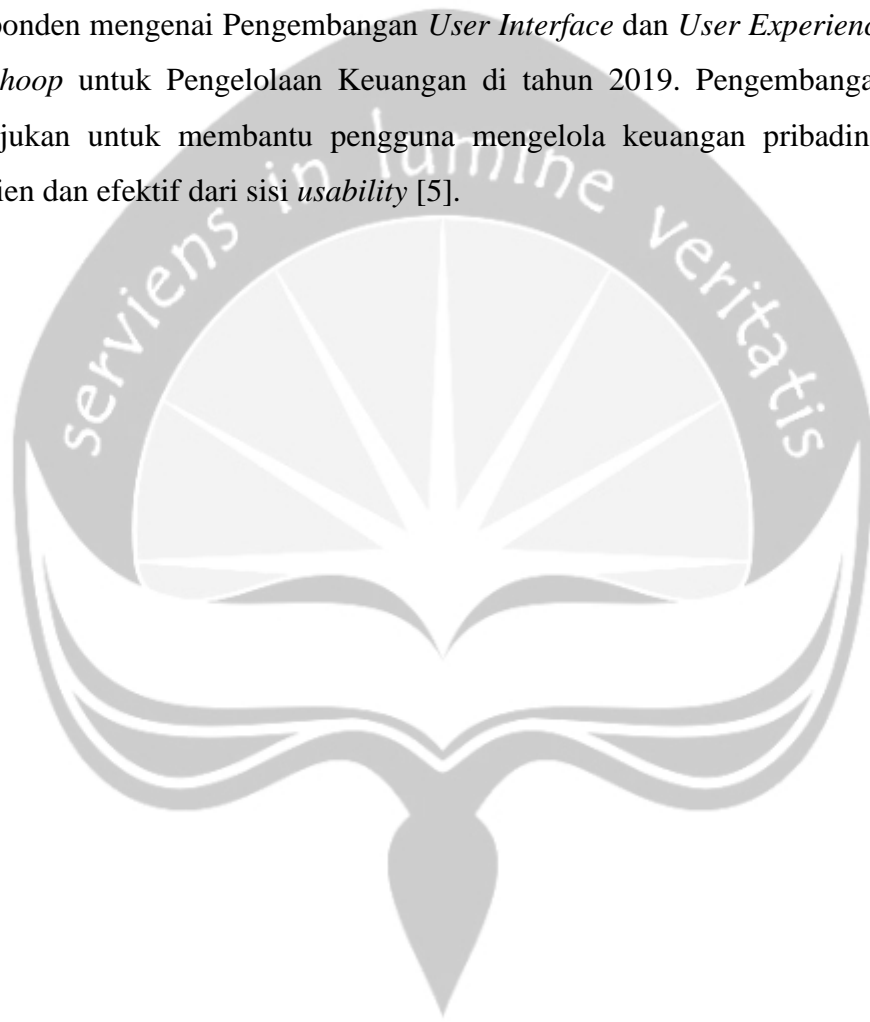
Penelitian yang telah dilakukan oleh Amanda Novianndhi K di Tahun 2012 menyatakan bahwa seorang *user experience* dapat mempengaruhi persepsi pengguna pada sebuah produk dapat berupa situs maupun merek, walaupun pengguna belum mengenali produk tersebut. *Sour Sally* sendiri merupakan merek yang dibuat dengan menerapkan strategi pemasaran merek atau yang biasa dengan *branding*. Upaya dari strategi ini digunakan agar *Sour Sally* dapat mencapai *brand equity* agar sulit ditiru oleh pihak kompetitor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *user experience* pada situs dalam hal persepsi, perilaku pengguna terhadap citra merek [2].

Mardalena Hutabarat di Tahun 2014 melakukan penelitian mengenai pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial *Path*. Pada tahun 2014 ini, *Path* merupakan salah satu media sosial yang sedang populer di Indonesia, dengan penelitiannya yang bertempat di Bandung. Mardalena Hutabarat memiliki tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui tanggapan dan kepuasan para pengguna terhadap *user experience* dan mengetahui seberapa besar pengaruh *user experience* pada aplikasi *Path* terhadap kepuasan pengguna. Penulis pun berhasil mendapatkan kesimpulan bahwa pengguna media sosial ini 69,9% adalah wanita dengan usia rata-rata 18 hingga 24 tahun, 47,5% diantaranya diduduki oleh kalangan mahasiswa. Berdasarkan elemen-elemen *user experience* yang diteliti oleh Penulis, skor yang didapat adalah sebesar 85,4% yang berarti tanggapan responden termasuk dalam kategori sangat puas [3].

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Alfian Nurlifa pada tahun 2014. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user interface*

terhadap kemudahan penggunaan sistem pendukung keputusan oleh dokter untuk mendiagnosis pasiennya. Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa variabel *user interface* yaitu mudah dipelajari, mudah menjadi terampil, dan mudah digunakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel kemudahan penggunaan dan menunjukkan nilai positif terhadap produk yang telah diberikan [4].

Furgandini Rencang Pambajeng melakukan penelitian terhadap 30 responden mengenai Pengembangan *User Interface* dan *User Experience* Aplikasi *Cashoop* untuk Pengelolaan Keuangan di tahun 2019. Pengembangan ini juga ditujukan untuk membantu pengguna mengelola keuangan pribadinya dengan efisien dan efektif dari sisi *usability* [5].



Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian

Peneliti	[2]	[3]	[4]	[5]	Hendy (2020)
Judul	Perbandingan Pengaruh <i>User Experience</i> pada Situs Citra Merek pada Pengguna <i>Goal-Directed</i> dan Pengguna <i>Experiential</i>	Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial <i>Path</i> di Kota Bandung pada Tahun 2014	Analisis Pengaruh <i>User Interface</i> Terhadap Kemudahan Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Seorang Dokter	Pengembangan <i>User Interface</i> dan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Cashoop</i> untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi	Perancangan Desain <i>Website Company Profile</i> di Jakarta Menggunakan <i>Creata</i>
Tujuan	Mengetahui pengaruh <i>user experience</i> pada situs dalam hal persepsi, perilaku pengguna terhadap citra merek	Mengetahui tanggapan dan kepuasan para pengguna terhadap <i>user experience</i> dan mengetahui seberapa besar pengaruh <i>user experience</i> pada aplikasi <i>Path</i> terhadap	Mengetahui pengaruh <i>user interface</i> terhadap kemudahan penggunaan sistem pendukung keputusan oleh dokter untuk	Membantu pengguna mengelola keuangan pribadinya dengan efisien dan efektif dari sisi <i>usability</i> .	Tujuan dari perancangan <i>website company profile</i> adalah dengan menggunakan <i>Creata</i> serta memanfaatkan keunggulannya

		kepuasan pengguna	mendiagnosis pasiennya		untuk meningkatkan <i>traffic</i> pada situs <i>company profile</i> .
Variabel UX	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Usability</i>, 2. <i>Content</i> (Konten), 3. <i>Pleasure</i> (Kesenangan), 4. <i>Perceived Usability</i>, 5. <i>Classic Aesthetics</i> (Estetika Klasik), 6. <i>Expressive Aesthetics</i> (Estetika 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Functionality</i> 2. <i>Information Architecture</i> 3. <i>Content</i> 4. <i>Design</i> 5. <i>User Input</i> 6. <i>Mobile Content</i> 7. <i>Usability</i> 8. <i>Trustworthiness</i> 9. <i>Feedback</i> 10. <i>Help</i> 11. <i>Social</i> 12. <i>Marketing</i> 	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektif 2. Efisien 3. <i>Usability</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strategy</i> 2. <i>Scope</i> 3. <i>Structure</i> 4. <i>Skeleton</i> 5. <i>Surface</i>

	Ekspresif)				
Variabel UI	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki tampilan estetika yang baik Memiliki tampilan desain yang menyenangkan Memiliki tampilan desain yang bersih Memiliki tampilan desain yang simetris 	<ol style="list-style-type: none"> Warna Tipografi <i>Font</i> Ukuran <i>button</i> dan logo 	<ol style="list-style-type: none"> Mudah Dipelajari Mudah Menjadi Terampil Mudah Digunakan 	<ol style="list-style-type: none"> Logo <i>Icon</i> <i>Button</i> <i>Text fields</i> 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Logo</i> <i>Text</i> <i>Image</i> <i>Button</i> <i>Text fields</i>

Metode	Deskriptif dan Regresi	Kuantitatif	Analisis komponen utama dan Regresi Linier Berganda	Analisis Komponen Utama dan Regresi Linier Berganda	<i>WEBUSE</i>
Hasil	Mencapai <i>brand equity</i> agar sulit ditiru oleh pihak kompetitor, serta adanya pengaruh positif terhadap citra merek terhadap <i>user experience</i>	Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa <i>user experience</i> mempengaruhi kepuasan pengguna dan termasuk ke dalam kategori “Sangat Puas” dengan nilai persentase 85,4% dengan penggunanya sebagian besar adalah wanita dengan persentase 69,9% di rentang usia 18-24 dengan persentase 53,8%	Variabel <i>User Interface</i> yang telah dianalisis berpengaruh secara positif terhadap “Variabel Kemudahan Pengguna”.	Hasil yang didapat melalui pengukuran desain <i>ui</i> dan <i>ux</i> aplikasi <i>cashoop</i> dari segi <i>usability</i> adalah 100%	<i>Creata</i> dapat meningkatkan jumlah <i>traffic</i> pengguna dengan merancang desain yang baik dari segi pengguna. Dengan memberikan konten yang relevan, memberikan desain yang menarik, penyajian informasi yang lengkap & rapi, dan menerapkan dasar-

					<p>dasar IMK.</p> <p>Dari segi <i>usability</i>, pengguna pada umumnya lebih tertarik jika laman yang sedang dikunjungi dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa ada gangguan.</p>
--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BAB III. LANDASAN TEORI

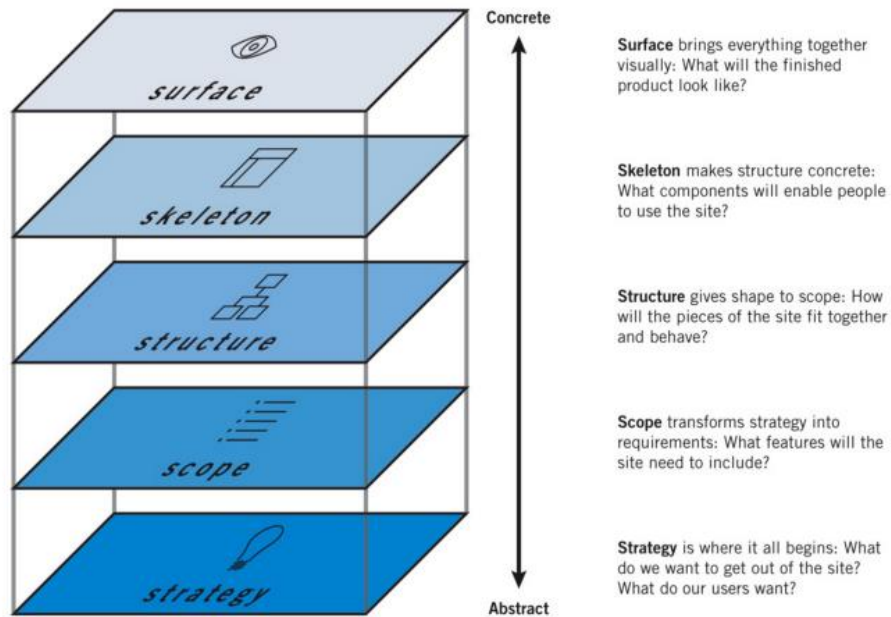
3.1 User Interface

Bagian dari *user experience* yang berupa tampilan (visual) dari sebuah produk yang nantinya akan berinteraksi secara langsung dengan pengguna. Selain menjembatani sistem dengan pengguna untuk menghasilkan *input* dan *output*, *user interface* tentunya membuat tampilan sebuah sistem menjadi tampak indah dimata pengguna serta tertarik untuk menggunakan sebuah produk yang telah dihasilkan. [6]. Adapun aspek-aspek dan elemen lainnya yang mendukung dalam perancangan sebuah *user interface*, yang pertama adalah *layout* yang merupakan tata letak penyusunan yang akan ditampilkan. Kedua, gambar logo, untuk mendeskripsikan suatu produk, perusahaan maupun organisasi. Logo sendiri dibuat bukan semata untuk hiasan, di dalam sebuah *website* atau aplikasi logo sering digunakan untuk media penyampaian informasi dan persuasi mengenai suatu *brand* kepada masyarakat sebagai pengguna. Ketiga, warna, secara garis besar warna dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu warna dingin (biru, hijau, ungu), warna panas (merah, pink, oranye, kuning), dan warna netral (hitam, putih, abu-abu, coklat) [6]. Masing-masing warna ini memiliki arti yang berbeda jika ditempatkan pada sebuah produk (*website/aplikasi*) [7]. Keempat, tipografi, yang berarti ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan jarak yang disesuaikan pada ruang(*layout*) yang tersedia [8].

3.2 User Experience

Secara harfiah *user experience* dapat diartikan sebagai pengalaman pengguna dalam menggunakan/berinteraksi dengan produk. Menurut ISO 9241-210 *user experience* adalah sebuah persepsi dan respon dari manusia atau pengguna terhadap sistem dan produk digital yang dapat berupa sebagai *website* dan aplikasi (*uxbooth.com*, 24 Maret 2015). Maka dari itu dapat diperjelas bahwa *user experience* merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana merancang dan membangun sebuah produk yang sesuai dengan keinginan dan

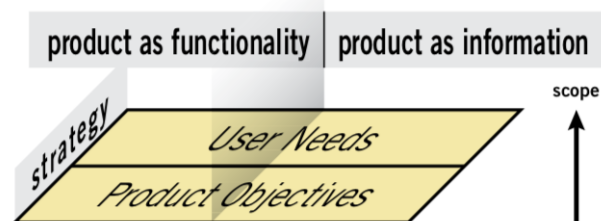
kebutuhan pengguna [9]. Adapun elemen yang dilakukan sebagai *user experience designer* yang dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut ini [10]:



Gambar 3. 1 Element of User Experience

Dari 5 elemen yang telah dipaparkan, dapat dijelaskan bahwa:

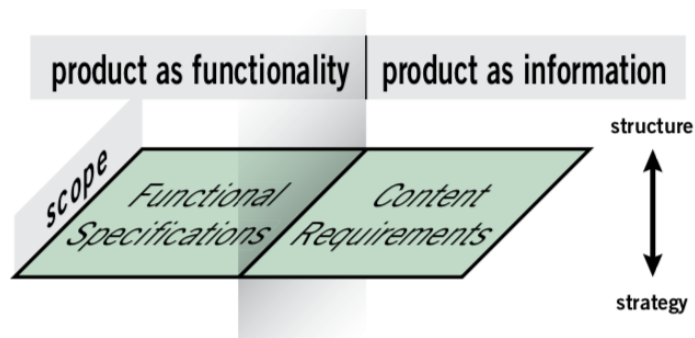
1. *Strategy*



Gambar 3. 2 Elemen Strategy

Pada Gambar 3.2, strategi yang dimaksud bukan hanya tentang bagaimana seorang pengguna menggunakan produk digital tapi juga bagaimana produk yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna pada umumnya, apa yang diinginkan oleh seorang *user experience designer* sesuai dengan kebutuhan pengguna.

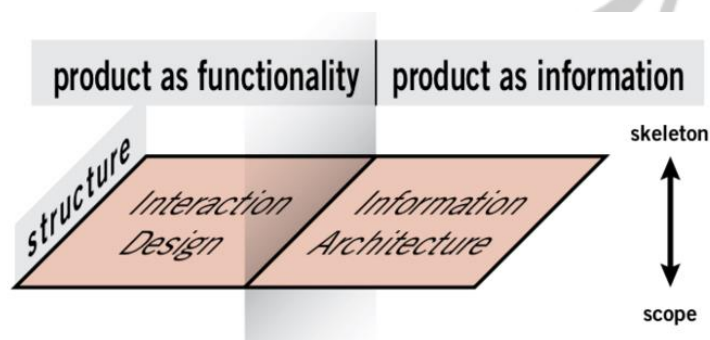
2. *Scope*



Gambar 3. 3 Elemen *Scope*

Pada gambar 3.3 menjelaskan bahwa elemen *Scope* secara umum menegaskan mengenai hal apa yang akan dibuat dan apa yang tidak akan dibuat oleh *user experience designer*. Dengan demikian *ux designer* dapat mengetahui sejauh mana lingkup produk digital yang akan dibuat. Pada bagian *Functional Specifications* dapat dijelaskan bahwa setiap pengembangan produk diperlukan dokumen yang berisikan spesifikasi fungsi, fitur apa yang akan ada pada produk. Sedangkan *Content Requirement* adalah informasi yang akan ditampilkan perlu dipersiapkan dan dideskripsikan, seperti teks, gambar, video.

3. *Structure*

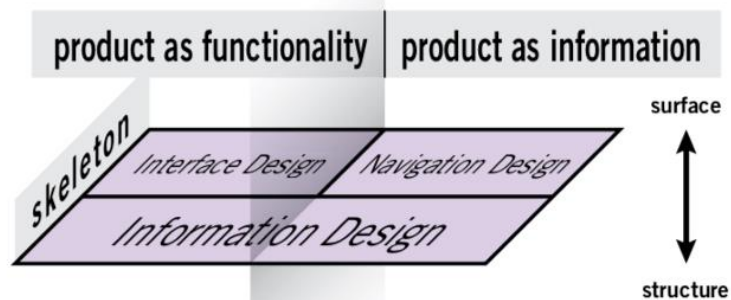


Gambar 3. 4 Elemen *Structure*

Gambar 3.4 merupakan *layer* Struktur yang menjelaskan bahwa sebagai *ux designer* perlu memahami bagaimana pemikiran dan perilaku pengguna. *Layer* struktur dibagi menjadi dua komponen yang pertama adalah *Interaction Design*, yang didefinisikan sebagai interaksi dua arah

antara produk dan pengguna, dengan respon produk digital/sistem ketika pengguna melakukan suatu perintah maupun tindakan tertentu. Kedua, *Information Architecture*, yang berkaitan dengan bagaimana sebuah produk menyediakan informasi dan kebutuhan seorang pengguna secara prioritas, terorganisir, dan terkategori dengan baik.

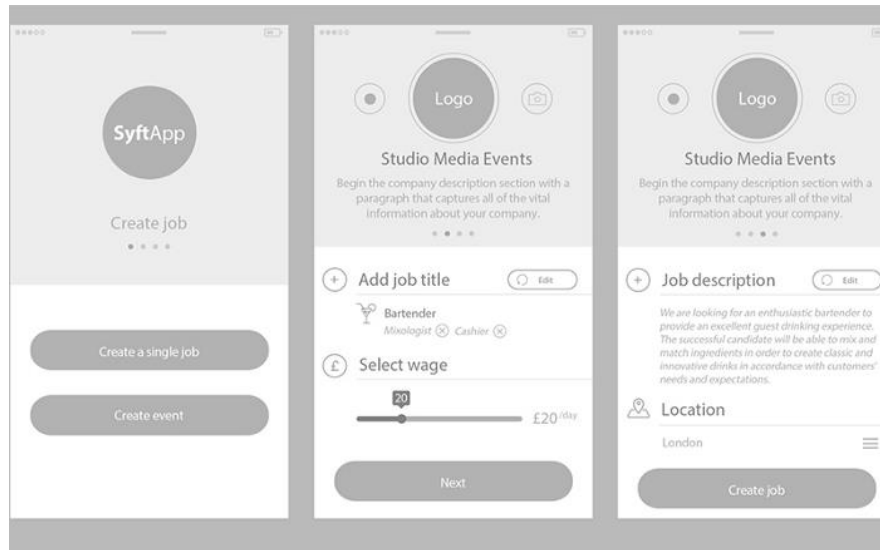
4. *Skeleton*



Gambar 3. 5 Elemen *Skeleton*

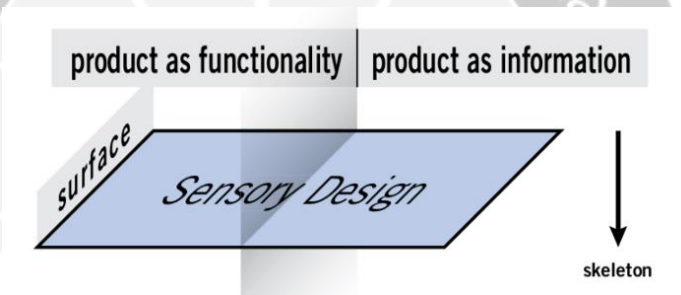
Elemen *Skeleton* pada gambar 3.5 adalah elemen yang menentukan bentuk visual, presentasi, dan pengaturan dari berbagai elemen dalam produk kepada pengguna yang meliputi *button*, *list*, *toggle*, dan hal serupa lainnya. Elemen *Skeleton* dibagi menjadi tiga komponen, pertama adalah *Interface Design* yang menyajikan dan mengatur elemen antarmuka untuk memungkinkan pengguna berinteraksi dengan produk secara fungsional. Kedua, *Navigation Design* yang membuat pengguna dapat menerima informasi dari satu halaman ke halaman lainnya. Ketiga, *Information Design* bagaimana cara produk menyajikan dan mengolah informasi dengan baik agar mudah dipahami oleh pengguna.

Langkah selanjutnya adalah membuat *wireframe* yang mencakup ketiga komponen yang telah dipaparkan sebelumnya dengan contoh sebagai berikut:



Gambar 3. 6 Elemen *Skeleton Wireframe*

5. *Surface*



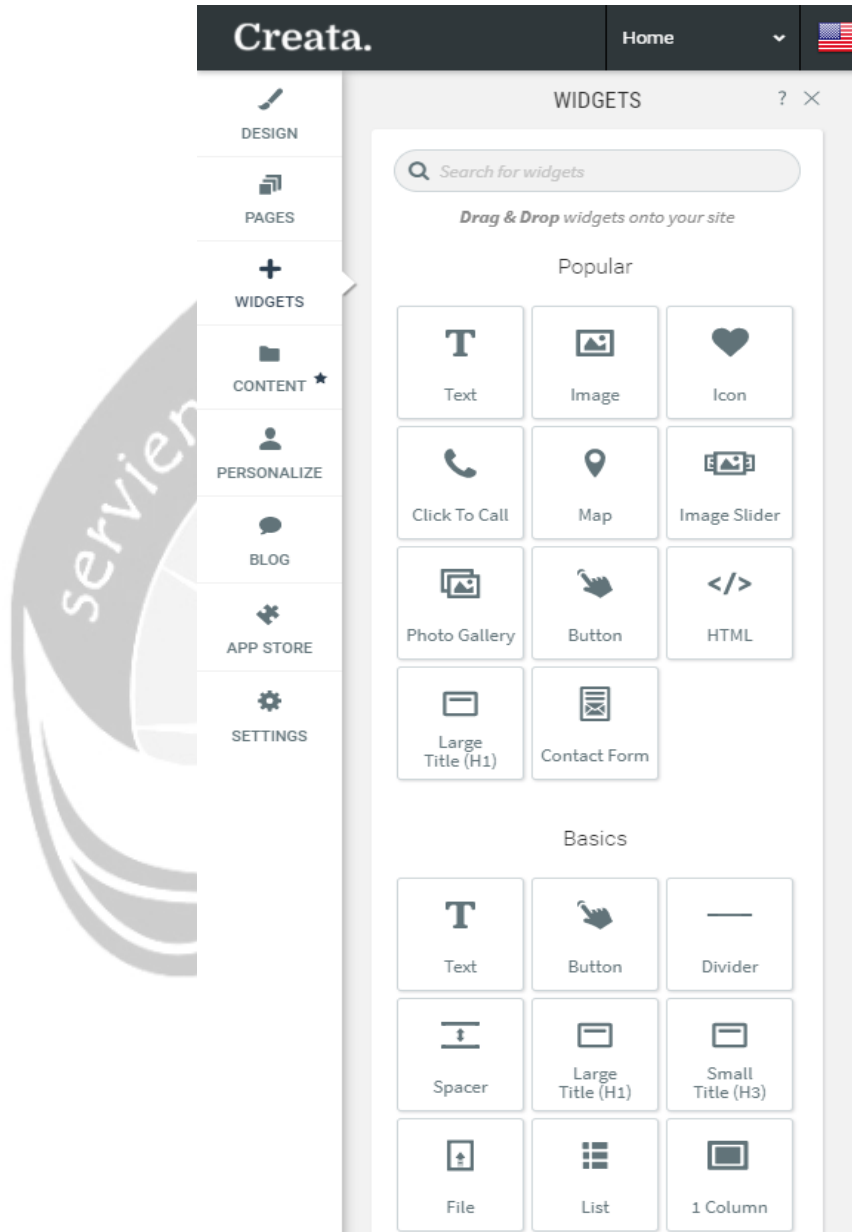
Gambar 3. 7 Elemen *Surface*

Gambar 3.7 merupakan *layer* terakhir yang berupa kumpulan dari semua pekerjaan dan keputusan yang telah dibuat. Elemen ini menentukan bagaimana tampilan, memilih, menentukan tata letak, tipografi, warna yang tepat pada sebuah produk.

3.3 *Creata*

Merupakan kumpulan kode-kode yang dibuat oleh *Onero Solutions*, kemudian dikumpulkan menjadi satu dalam Modul *Web Builder*. Kode-kode yang ada kemudian dimasukkan ke dalam *Creata* sebagai “*custom code*” untuk membuat suatu *widget* yang baru. *Creata* sendiri tidak hanya dibangun oleh PT. Satu Resolusi Optima, melainkan dibantu juga dengan teknologi dari *Amazon*,

yaitu *Amazon Web Services*. *Widget* pada *creata* adalah komponen-komponen seperti berbagai elemen yang ditemukan serta digunakan untuk merancang sebuah situs pada umumnya. Adapun contoh *widget* yang digunakan pada *Creata* sebagai berikut:

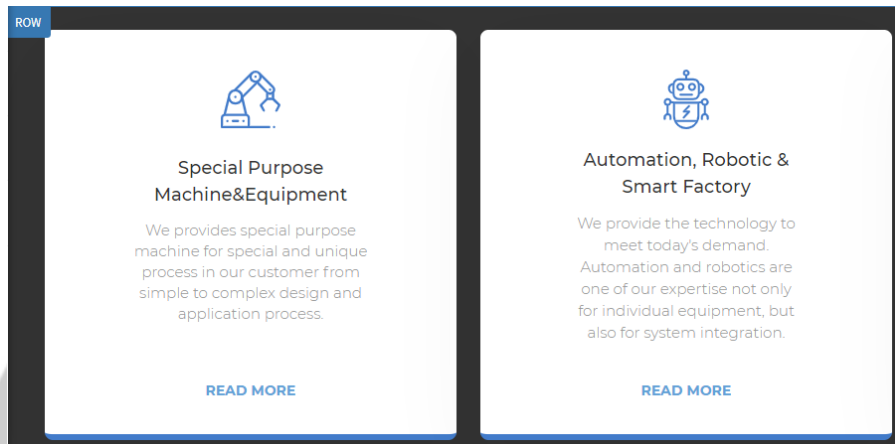


Gambar 3. 8 *Widgets Creata*

Pada gambar 3.8, menjelaskan cara penggunaan *widgets* pada *Creata* adalah dengan menekan salah satu *widget* yang diinginkan, kemudian tarik dimana yang diinginkan untuk ditampilkan.

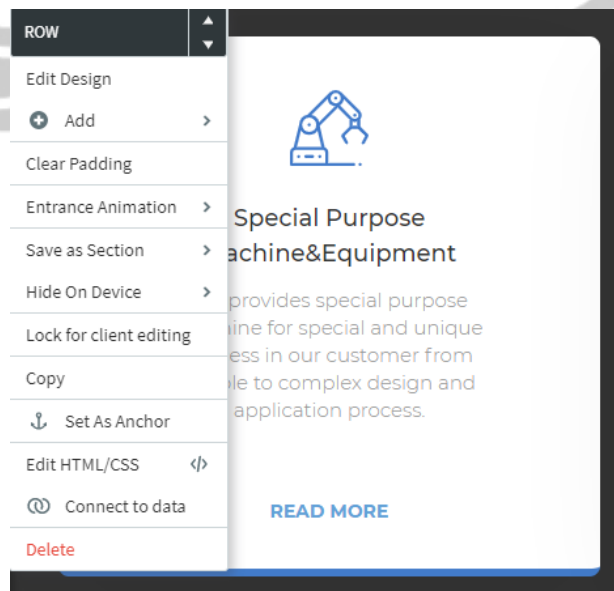
Adapun cara penggunaan *widgets* lainnya jika fitur yang diinginkan tidak tersedia pada *Creata*, yaitu dengan menggunakan *Developer Mode*. Berikut Langkah-langkah yang dilakukan ketika ingin mengakses *Developer Mode*.

Langkah pertama, pada gambar 3.9 saat kursor diarahkan pada suatu *row*, maka pada *row* tersebut akan menampilkan tombol kecil yang berada di kanan atas.



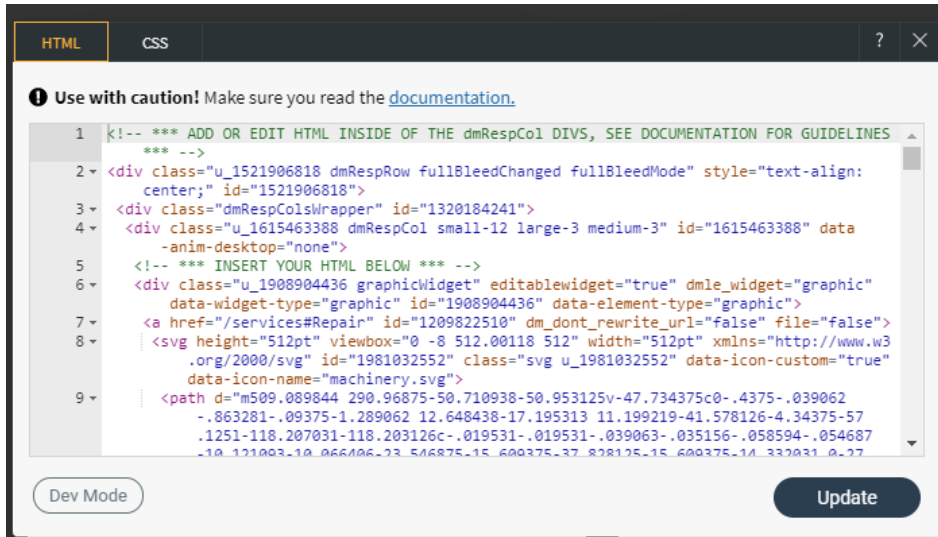
Gambar 3.9 *Developer Mode – Row*

Langkah kedua, setelah menekan tombol *row*, *Creata* akan menampilkan semua opsi yang dapat dilakukan pada suatu *row* tersebut seperti pada gambar 3.10 berikut. Dalam kasus *Developer Mode*, hal yang dilakukan berikutnya adalah memilih opsi *Edit HTML/CSS*.



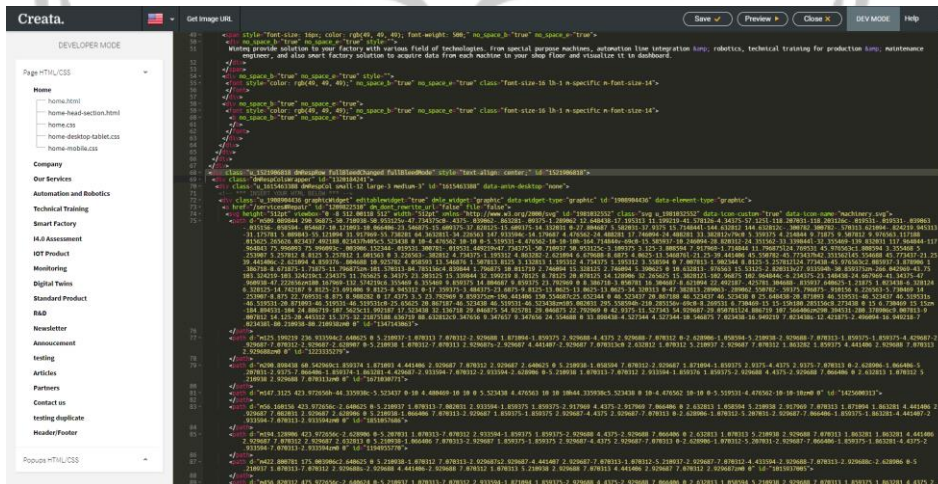
Gambar 3.10 *Developer Mode - Edit HTML/CSS*

Langkah ketiga, *Creata* akan menampilkan baris kode secara dasar. Untuk mengakses *Developer Mode* secara keseluruhan, maka tekan tombol *Dev Mode* yang terdapat pada kiri bawah seperti pada gambar 3.11 berikut.



Gambar 3. 11 *Developer Mode - Tampilan Edit HTML/CSS*

Langkah keempat, *row* yang telah dipilih pada langkah pertama akan ter-*highlight* secara langsung seperti pada gambar 3.12 berikut. Dengan ini, pengaplikasian fitur yang tidak terdapat pada *widget* dapat dilakukan secara *manual* dengan menyesuaikan baris-baris kode berikut.



Gambar 3. 12 *Developer Mode – Code*

Adapun tiga keunggulan saat merancang *website* menggunakan *Creata*, pertama *Mobile Friendly*, yang berarti saat merancang sebuah situs, maka situs tersebut dapat tampil pada *smartphone* dengan tampilan yang optimal. Kedua, *SEO Friendly*, yang berarti situs telah dirancang khusus sehingga mudah ditemukan ketika pengguna mencari melalui *Google*. Ketiga, *Selalu Online*, dengan bekerja sama dengan *Amazon*, *Creata* dapat menghadirkan *website* setiap harinya.

3.4 Internet Marketing

Adalah upaya untuk memasarkan produk dan jasa serta membangun relasi dengan pelanggan melalui *internet* [1]. Upaya tersebut dapat melalui berbagai macam cara, seperti *online marketing*, *e-commerce*, dan *web marketing* [13]. Jenis pemasaran ini tentu saja menggunakan teknologi *internet* sebagai perantara kepada banyak orang.

3.5 Website

Merupakan suatu teknik yang berfungsi untuk menampilkan segala jenis informasi di *internet* [14]. Informasi yang dapat ditampilkan dapat berupa gambar, video, teks, maupun suara [15]. Kelebihan yang dimiliki *website* yaitu dapat menghubungkan satu dokumen dengan dokumen lainnya yang disebut sebagai *hypertext* dan dapat diakses melalui *browser*.

BAB VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis, perancangan, implementasi, dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa perancangan desain *website company profiles* menggunakan *Creata* dapat meningkatkan jumlah *traffic* pengguna dengan merancang desain yang baik dari segi pengguna juga. Dengan memberikan konten yang relevan, memberikan desain yang menarik, penyajian informasi yang lengkap & rapi, dan dasar-dasar IMK seperti aspek dalam pemilihan warna, teks, dan ikon yang tepat dapat membuat pengguna merasa lebih nyaman ketika mengakses halaman ketiga *website company profiles* tersebut. Dengan dibangunnya *website* dengan kriteria yang telah disebutkan, maka pengguna akan terbantu dalam mencari berbagai informasi yang diinginkan dalam ketiga halaman *website* tersebut. Dari segi *usability*, pengguna pada umumnya lebih tertarik jika halaman yang sedang dikunjungi dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa ada gangguan.

6.2. Saran

Dari proses analisis, perancangan dan implementasi desain *company profile*, didapatkan beberapa saran untuk perancangan dan pengembangan lebih lanjut dari desain *website*, yaitu:

1. Dari segi perancangan desain *website* perlu memperhatikan resolusi layar pengguna umumnya, memperhatikan detail kecil seperti petunjuk yang memberitahukan posisi pengguna pada suatu halaman *website*, memperhatikan warna-warna yang digunakan saat merancang sebuah *website* agar pengguna lebih nyaman.
2. Dari segi perancangan desain *website* perlu memperhatikan waktu akses sebuah *website* saat pengguna sedang membukanya. Saat *website* memiliki gambar dengan ukuran besar tanpa optimasi maka dapat membebani *website*.
3. Dari segi klien, uji coba saat publikasi *website* hanya dilakukan kepada klien yang bersangkutan. Alangkah baiknya dilakukan juga kepada beberapa

responden terpilih maupun acak, agar dapat memberi saran dari pengalaman *UI* dan *UX* yang telah dirancang.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. A. RAHMAWATI, “INTERNET MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP,” pp. 1–21.
- [2] A. N. K, “Perbandingan Pengaruh User Experience Pada Situs Terhadap Citra Merek Pada Pengguna Goal-Directed Dan Pengguna Experiential,” *Skripsi*, p. 117, 2012.
- [3] M. Hutabarat, “PENGARUH USER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JEJARING SOSIAL PATH DI KOTA BANDUNG PADA TAHUN 2014,” *Pontif. Univ. Catol. del Peru*, vol. 8, no. 33, p. 44, 2014.
- [4] A. Nurlifa, “Analisis Pengaruh User Interface Terhadap Kemudahan Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Seorang Dokter,” *Pros. SNATIF Ke-1 Tahun 2014*, pp. 333–340, 2014.
- [5] F. R. Pambajeng and Ardiansyah, “Pengembangan User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Aplikasi Cashoop Untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi,” *JSTIE (Jurnal Sarj. Tek. Inform.)*, vol. 7, no. 1, pp. 20–33, 2019.
- [6] A. Yunus, “Perancangan Desain User Interface Pada Aplikasi Siakad Dengan Menggunakan Metode User Centered Design.,” *User Interface*, vol. 1, p. 95, 2014.
- [7] W. Swasty and A. R. Adriyanto, “Does Color Matter on Web User Interface Design,” *CommIT (Communication Inf. Technol. J.)*, vol. 11, no. 1, p. 17, 2017.
- [8] P. Kahn and K. Lenk, “Design: principles of typography for user interface design,” *Interactions*, vol. 5, no. 6, p. 15, 1998.
- [9] R. D. Munthe, K. C. Brata, and L. Fanani, “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 7, p. 2680, 2018.
- [10] M. Deaton, *The elements of user experience: user-centered design for the*

Web, vol. 10, no. 5. 2003.

- [11] W. Swieczack, "INBOUND MARKETING AS AN INTEGRAL PART OF THE MARKETING STRATEGY OF A MODERN ENTERPRISES INBOUND MARKETING AS AN INTEGRAL PART OF THE MARKETING STRATEGY OF A MODERN ENTERPRISES W W i t o o l d d Ś Ś w i e c z a k k," *Minib*, vol. 12, no. 2, 2014.
- [12] "WHAT IS INBOUND ?"
- [13] E. N. Kholik, "Penggunaan Internet Marketing Dalam Membentuk Brand Association," 2014.
- [14] Y. Sen Sun, B. Qiu, and Q. S. Li, "Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis," *Adv. Mater. Res.*, vol. 756–759, no. 1, pp. 138–140, 2013.
- [15] S. C. Kuo, H. H. Yang, and Y. C. Chen, "ANALISIS LAYANAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI, MEDIA TRANSAKSI DAN MEDIA INFORMASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP BRAND IMAGE PERUSAHAAN PADA HOTEL CIPUTRA DI KOTA SEMARANG," *Taiwan J. Public Heal.*, vol. 33, no. 6, pp. 621–636, 2014.
- [16] T. K. Chiew and S. S. Salim, "Webuse: Website usability evaluation tool," *Malaysian J. Comput. Sci.*, vol. 16, no. 1, pp. 47–57, 2003.
- [17] P. N. Lhokseumawe, K. Pengantar, rahayu deny danar dan alvi furwanti Alwie, A. B. Prasetio, and R. Andespa, "EVALUASI KEGUNAAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB MENGGUNAKAN METODE WEBSITE USABILITY EVALUATION," *J. Ekon. Vol. 18, Nomor 1 Maret 201*, vol. 2, no. 1, pp. 41–49, 2010.