

**PENERAPAN PRINSIP *HICK'S LAW* PADA *WEBSITE* JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Skripsi

**Oleh :
Marlis Trio Akbar**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2024

ABSTRAK

PENERAPAN PRINSIP *HICK'S LAW* PADA *WEBSITE* JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

Marlis Trio Akbar

Proses pembaruan *website* Ilmu Komunikasi sendiri menerapkan kaidah dari DKV yakni *Law of UX*, utamanya pada prinsip *Hick's Law*. Tujuan utama penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penerapan *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan *website* Ilmu Komunikasi ke depannya, dengan tujuan untuk meningkatkan optimalitasnya baik dari segi estetika maupun fungsi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini sumber berasal dari data primer dan sekunder yang utamanya dari dokumentasi, observasi, dan juga wawancara. Berdasarkan hasil penelitian ini didapati *Hick's Law* diterapkan pada *layout, header, logo, font, ikon, dan warna*, serta pada bagian struktur *user experience*, dengan dilakukan dengan penyederhanaan atau meminimalkan kompleksitas, pengelompokan, membuat hierarki dan navigasi yang jelas, dan menekankan pada konsistensi. Penerapan ini juga membangun konstruksi pesan yang baik guna memudahkan mengakses *website*, tanpa meninggalkan poin estetis. Terdapat beberapa kekurangan yang dapat ditingkatkan seperti konsistensi jarak atau spasi pada setiap konten, memperhatikan pemilihan dalam variasi warna seperti penggunaan warna jingga, penggunaan ikon yang lebih diperbanyak, serta variasi desain pada beberapa objek agar tidak terlalu monoton atau kosong.

Kata Kunci : *Hick's Law, Website, Desain Komunikasi Visual, User Interface, User Experience*

ABSTRACT

APPLICATION OF HICK'S LAW PRINCIPLES ON THE WEBSITE OF THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

Marlis Trio Akbar

The process of enhancing the Communication Sciences website adheres to the principles of Visual Design Communication (VCD), specifically incorporating the Law of User Experience (UX) with a focus on Hick's Law. This research aims to scrutinize the implementation of Hick's Law on the Department of Communication website at the University of Lampung. The objective is to contribute insights that can optimize the website both aesthetically and functionally. The method employed in this research is a qualitative descriptive approach through the case study method. This research's primary and secondary data sources come mainly from documentation, observation, and interviews. The findings reveal the application of Hick's Law in layout, headers, logos, fonts, icons, colors, and the overall user experience structure. This involves simplification, minimizing complexity, grouping, establishing clear hierarchies, navigation improvement, and ensuring consistency. Furthermore, the implementation enhances message construction for seamless website access, while maintaining aesthetic considerations. There are several shortcomings that can be improved, such as inconsistent content spacing, color variations, and the use of icons, and varying the design of several objects to achieve a more engaging and varied design, mitigating monotony and emptiness.

Keywords: *Hick's Law, Website, Visual Communication Design, User Interface, User Experience*

**PENERAPAN PRINSIP *HICK'S LAW* PADA *WEBSITE* JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh
Marlis Trio Akbar**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2024

Judul Skripsi : **PEPERAPAN PRINSIP *HICK'S LAW*
PADA *WEBSITE* JURUSAN
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Marfis Trio Akbar**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1946031049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.
NIP. 198009292005011002

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.kom., M.Si
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.**

Penguji Utama : **Wulan Suciska, S.I.kom., M.Si**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **15 Januari 2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marlis Trio Akbar
NPM : 1946031015
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Langkapura, Kec. Langkapura, Bandar Lampung,
Lampung 35151
No. Handphone : 082289343830

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Penerapan Prinsip Hick's Law pada Website Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung**" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 30 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Marlis Trio Akbar
NPM 1946031049

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Marlis Trio Akbar dan biasa dikenal dengan nama Marlis. Lahir pada 20 Desember 2000 di Kecamatan Rumbia, Lampung Tengah. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan orang tua Mara Rusli dan Yulis Trianti.

Penulis mengawali pendidikan di SD N 1 Reno Basuki dan lulus pada tahun 2013, dan melanjutkan pendidikan menengahnya di SMP N 1 Rumbia yang kemudian lulus pada tahun 2016, dan dilanjutkan di SMA N 1 Rumbia yang selesai pada tahun 2018. Penulis mendaftar SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri dan diterima di Universitas Lampung dengan Jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2019.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam berbagai kegiatan baik organisasi dalam kampus maupun luar kampus. Penulis aktif dalam UKM AIESEC in UNILA dengan jabatan terakhir sebagai *Team Leader of Digital Marketing* pada divisi *External Relation*. Penulis juga aktif dalam kegiatan organisasi luar kampus salah satunya menjadi bagian dari Mitra Muda di UNICEF Indonesia. Penulis menyelesaikan magang dengan mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kemdikbud di PT Simplefi Teknologi Indonesia sebagai *social media strategist*.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S AL-INSYRAH: 6)

“...Boleh jadi kamu tidak menyukai sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui apa yang kamu tidak ketahui”

(Q.S AL-BAQARAH: 216)

"Di mana ada persoalan, di sanalah ada jawaban, di mana perahu berlayar, di sanalah air mengalir."

(Jalaluddin Rumi)

PERSEMBAHAN

Terucap syukur kepada Allah SWT, ku persembahkan karya ini kepada :

Kedua orang tua ku, yang telah memberikan kasih sayang, semangat, doa, dan seluruh dukungan kepadaku.

Seluruh keluarga besarku yang juga memberikan semangat juga dukungan kepadaku.

Seluruh pendidik (guru dan dosen) yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepadaku.

Serta Kepada diriku yang telah berjuang, berusaha, dan bertahan hingga saat ini.

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan juga tak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul **“Penerapan Prinsip *Hick’s Law* pada *Website Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung*”** untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata 1 (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi tidak terlepas dari berbagai hambatan maupun kesulitan, dan kekurangan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini akan sulit untuk terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Teruntuk kedua orang tua penulis, Ibu Yulis Trianti dan Bapak Mara Rusli, terima kasih sudah memberikan kasih sayang, serta bantuan material, moral, doa, motivasi, dan masih banyak lainnya yang tidak terhingga kepada saya, hingga saya berada ditahap ini.
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, serta selaku Dosen Penguji.

Terima kasih telah memberikan banyak masukan, kritik, serta saran, perbaikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
6. Ibu Anna Gustina, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing Akademik penulis yang telah membantu melancarkan urusan akademik dan administrasi selama perkuliahan.
7. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos; IMDLL. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih telah memberikan bimbingan saran, bimbingan, dukungan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah membantu kelancaran baik dari segi administrasi maupun akademik.
9. Terima kasih kepada seluruh Kaka saya Marlis Femamindi, Marlis Dui Andi, Krisyanti dan Ana Puspita Sari yang membantu, menemani dan memberikan masukan baik dari segi materi, canda tawa, keceriaan, dan doa untuk kelancaran skripsi ini.
10. Terima Kasih kepada seluruh keluarga besar Mbah, Kakek, Nenek, Om, Bule, Tante, Bude, dan Pade yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas seluruh bantuan moral dan materialnya serta doanya untuk kelancaran skripsi ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman sepermainan “Gocap”. Aurick, Eja, Erza, Erza, Revan, Robi, Zio, Rafi, Doni, Dinda, dan Gusti yang sudah menemani dan memberikan keceriaan dari mahasiswa baru hingga saat ini.
12. Terima kasih kepada anggota kelompok “Ngola”, Khansa, Kanya, Robi, dan Erza yang telah membantu banyak selama perkuliahan.
13. Terima kasih kepada tim pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi. Bela, Rahel, dan Doni, karena mereka projek tersebut dapat berjalan lancar dan menjadi topik skripsi ini.
14. Terima kasih kepada teman terkasih Eja dan Erza yang membantu dalam banyak hal utamanya selama perkuliahan dan selama pengerjaan skripsi.

15. Terima kasih kepada seluruh anggota *Functional ER* dan seluruh anggota AIESEC in UNILA, yang telah memberikan motivasi, pengalaman, dan keceriaan, selama menjadi anggota AIESEC.
16. Terima kasih kepada sobat perpus, Nadhilah dan Najla khususnya yang telah menemani saya selama mengerjakan skripsi ini.
17. Terima kasih kepada para informan Mba Marcha, Mba Niysa, Erza, serta Anin yang bersedia untuk diwawancara guna memenuhi kelengkapan data yang sangat penting dalam skripsi ini.
18. Terima kasih kepada rekan satu bimbingan skripsi yang telah berjuang bersama-sama dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
19. Terima kasih kepada seluruh teman dan anggota dari kelas Reguler A, Ilmu Komunikasi Angkatan 2019
20. Terima kasih kepada seluruh teman dan keluarga almamater Universitas Lampung khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2019.
21. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya ucapkan satu persatu.

Bandar Lampung, Januari 2024

Marlis Trio Akbar

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Kerangka Pikir.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Desain Komunikasi Visual.....	13
2.2.2 <i>Web Development</i>	18
2.2.3 <i>Hick's Law</i>	21
2.2.4 <i>Desain User Interface</i>	26
2.2.5 <i>User Experience</i>	32
2.2.6 WordPress	36
III. METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Tipe dan Metode Penelitian.....	43
3.2 Fokus Penelitian	45
3.3 Sumber Data	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Observasi.....	46
3.4.2 Dokumentasi	47
3.4.3 Wawancara	48
3.4.4 Penentuan Informan.....	49

3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1.	Reduksi Data	51
3.5.2.	Penyajian Data	51
3.5.3.	Verifikasi/Kesimpulan.....	52
3.6	Triangulasi	52
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Profil Informan	54
4.1.2	Tampilan visual/desain <i>website</i> Ilmu Komunikasi	56
4.1.1	<i>User Flow</i> dan <i>Site Map</i>	103
4.1.2	<i>Software</i> penunjang.....	116
4.2	Pembahasan	133
4.2.1.	Penerapan <i>Hick's Law</i> pada <i>website</i> Jurusan Ilmu Komunikasi ...	134
4.2.2.	Konstruksi pesan desain <i>Website</i> Jurusan Ilmu Komunikasi	141
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	146
5.1	Kesimpulan.....	146
5.2	Saran	147
	DAFTAR PUSTAKA	149
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Beberapa instansi/perusahaan yang menggunakan WordPress	3
Tabel 2. Matriks penelitian terdahulu.....	11
Tabel 3. Matriks penelitian terdahulu.....	12
Tabel 4. Matriks penelitian terdahulu.....	12
Tabel 5. Informan Penelitian	50
Tabel 6. Hasil wawancara tentang <i>layout</i> 1	62
Tabel 7. Hasil wawancara tentang <i>layout</i> 2.....	63
Tabel 8. Hasil wawancara tentang <i>header</i> 1.....	67
Tabel 8. Hasil wawancara tentang <i>header</i> 1.....	68
Tabel 9. Hasil wawancara tentang <i>header</i> 1.....	69
Tabel 10. Hasil wawancara tentang <i>font</i> 1	77
Tabel 11. Hasil wawancara tentang <i>font</i> 1.1.....	78
Tabel 12. Hasil wawancara tentang <i>font</i> 2	79
Tabel 13. Hasil wawancara tentang ikon 1.....	84
Tabel 14. Hasil wawancara tentang ikon 1.1.....	85
Tabel 15. Hasil wawancara tentang <i>ikon</i> 2.....	87
Tabel 16. Hasil wawancara tentang warna 1	93
Tabel 17. Hasil wawancara tentang warna 1.1	95
Tabel 18. Hasil wawancara tentang warna 2.....	96
Tabel 20. Hasil wawancara tentang <i>footer</i> 1	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ciri kode CSS pada <i>website</i> yang menggunakan WordPress	2
Gambar 2. Penampilan halaman utama situs Ilmu Komunikasi Unila sebelum dilakukan pembaruan.....	4
Gambar 3. Penampilan halaman utama situs Ilmu Komunikasi Unila sebelum dilakukan pembaruan.....	7
Gambar 4. Kerangka Pikir.....	9
Gambar 5. Penjelasan <i>Hick's Law</i>	22
Gambar 6. Contoh penerapan <i>Hick's Law</i> pada desain <i>website</i>	23
Gambar 7. Ilustrasi tampilan <i>website</i> tanpa dan dengan penerapan <i>Hick's Law</i>	24
Gambar 8. Tampilan UI dengan tema neumorfism	29
Gambar 9. Tampilan UI dengan tema glassmorphism	30
Gambar 10. Tampilan UI dengan tema <i>minimalism</i>	30
Gambar 11. Tampilan UI dengan tema <i>dark mode</i>	31
Gambar 12. Tampilan UI dengan tema Bauhaus.....	32
Gambar 13. Perkembangan karir UX dari masa ke masa	34
Gambar 14. Tampilan WordPress pada <i>website</i> Ilmu Komunikasi	39
Gambar 15. Tampilan Elementor dalam membangun <i>Landing Page</i>	40
Gambar 16. Tampilan Elementor dalam membangun <i>header & footer</i>	41
Gambar 17. Tampilan menu posts pada WordPress	41
Gambar 18. Foto Informan 1.....	54
Gambar 19. Foto Informan 2.....	54
Gambar 20. Foto Informan 3.....	55
Gambar 21. Foto Informan 4.....	56
Gambar 22. Perbedaan <i>wireframe landing page</i> lama dan baru	58
Gambar 23. Perbedaan tampilan <i>landing page</i> lama dan baru.....	59
Gambar 24. Perbedaan <i>wireframe pages</i> lama dan baru	60
Gambar 25. Contoh perbedaan tampilan <i>pages</i> lama dan baru.....	61
Gambar 26. <i>Wireframe header</i> lama	65
Gambar 27. Tampilan <i>header</i> lama	65
Gambar 28. <i>Wireframe header</i> baru	66
Gambar 29. Tampilan <i>header</i> baru.....	66
Gambar 30. Desain logo lama	71
Gambar 31. Desain logo baru.....	71
Gambar 32. Garis pemisah pada logo baru	73
Gambar 33. <i>Font</i> jenis Roboto	73
Gambar 34. <i>Font</i> yang digunakan pada desain lama	74
Gambar 35. <i>Font</i> yang digunakan pada desain baru	75
Gambar 36. <i>Font</i> jenis Montserrat	76
Gambar 37. Contoh visual dari ikon	80

Gambar 38. Ikon lama web Jurusan Ilmu Komunikasi.....	81
Gambar 39. Ikon versi baru web Jurusan Ilmu Komunikasi.....	82
Gambar 40. Contoh penerapan ikon baru.....	83
Gambar 41. <i>Color wheel</i> (roda warna).....	88
Gambar 42. Kode warna Hex yang digunakan pada <i>Website</i> versi lama.....	89
Gambar 43. Penggunaan warna dalam <i>website</i> versi lama.....	90
Gambar 44. Kode warna Hex yang digunakan pada <i>Website</i> versi baru.....	91
Gambar 45. Penggunaan warna dalam <i>website</i> versi baru.....	92
Gambar 46. <i>Wireframe footer</i> versi lama.....	97
Gambar 47. Tampilan <i>footer</i> lama.....	98
Gambar 48. Tampilan <i>footer</i> versi baru.....	99
Gambar 49. <i>Wireframe footer</i> versi baru.....	99
Gambar 50. <i>User flow website</i> Ilmu Komunikasi.....	105
Gambar 51. Menu yang dapat diakses sesuai dengan tujuan <i>user</i>	106
Gambar 52. Kolom komentar pada setiap berita.....	107
Gambar 53. <i>Footer</i> yang terdapat beberapa informasi.....	108
Gambar 54. Beberapa aksi yang dapat dilakukan dalam <i>flow service</i>	109
Gambar 55. Site map lama <i>website</i> Ilmu Komunikasi.....	111
Gambar 56. <i>Navigation bar</i> lama <i>website</i> Ilmu Komunikasi.....	112
Gambar 57. <i>Navigation bar</i> baru <i>website</i> Ilmu Komunikasi.....	113
Gambar 58. <i>Site map</i> baru <i>website</i> Ilmu Komunikasi.....	114
Gambar 59. Contoh pengelompokan pages pada web versi baru.....	115
Gambar 60. Tampilan Adobe Illustrator.....	117
Gambar 61. Fitur <i>pen tool</i> Adobe Illustrator.....	118
Gambar 62. Tampilan Adobe Photoshop.....	120
Gambar 63. Fitur yang ada pada Adobe Photoshop.....	121
Gambar 64. Tampilan Asana.....	122
Gambar 65. Salah satu fitur Asana.....	122
Gambar 66. Tampilan Figma Design.....	124
Gambar 67. Beberapa fitur yang ada Figma.....	125
Gambar 68. Tampilan Figma Jam.....	126
Gambar 69. Tampilan <i>dashboard</i> WordPress.....	127
Gambar 70. Tampilan halaman edit pada Elementor.....	128
Gambar 71. Tampilan Smart Slider.....	129
Gambar 72. Tampilan pengaturan GTranslate.....	130
Gambar 73. Tampilan GTranslate dalam <i>website</i>	131
Gambar 74. Tampilan pengaturan Accessibility.....	132
Gambar 75. Tampilan Accessibility dalam <i>website</i>	132

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era percepatan global yang semakin maju sekarang, teknologi internet berkembang sangat cepat dan mempengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Kehadiran teknologi internet memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan dunia pendidikan, sehingga pendidikan tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi itu sendiri. Saat ini, cukup banyak teknologi yang membantu proses belajar mengajar, salah satunya adalah *website*. Oleh karena itu, memiliki *website* menjadi suatu keharusan bagi sebuah instansi pendidikan, karena *website* memiliki manfaat yang besar bagi instansi pendidikan maupun dunia pendidikan secara umum (Manzoor dkk, 2012).

Tidak hanya berperan sebagai sarana untuk kegiatan belajar-mengajar, *website* juga bisa menjadi media penyebar informasi yang efektif bagi institusi pendidikan. Selain itu, *website* juga dapat difungsikan sebagai alat promosi yang baik bagi institusi pendidikan, mengingat promosi kini banyak dilakukan melalui media digital. Dengan adanya *website* dapat pula meningkatkan reputasi institusi atau lembaga tersebut, salah satunya dengan menyajikan informasi melalui *website* yang dapat memperkuat citra positif dari institusi pendidikan.

Ditambah lagi dengan tren saat ini, yang mana penyimpanan berbasis *cloud storage* atau dikenal juga dengan penyimpanan awan yang menyimpan data dalam bentuk digital menjadi andalan selain penyimpanan secara fisik (Sosinsky, 2014). Oleh karena itu, *website* menjadi tempat untuk penyimpanan materi pendidikan baik berupa buku elektronik maupun literatur lainnya.

Dalam proses membangun *website* diperlukannya banyak persiapan, baik dari *hardware* yang mumpuni hingga beberapa *software* yang membantu. Namun, saat ini membangun *website* sudah semakin mudah dengan dibantu oleh *platform content management system (CMS)*. *Content management system (CMS)* merupakan sebuah perangkat lunak komputer atau *software* yang bertujuan untuk mengatur dan mengubah konten digital, terutama pada platform *website* atau blog. (Ann Rockley, 2003). Dengan adanya *Content management system* saat ini dalam membangun sebuah *website* tak perlu banyak memerlukan bahasa pemrograman atau *coding*. Terdapat banyak penyedia *Content management system* dan salahnya adalah WordPress.

WordPress adalah sebuah *content management system* yang sifatnya *open-source* yang berarti pengguna dapat melakukan modifikasi atau perubahan sesuai dengan kebutuhan. WordPress sendiri mulai dikembangkan pada tahun 2003. WordPress berawal dari sistem blog yang bernama B2 atau cafelog. *Platform* ini dikembangkan dua orang *developer* yakni Matt Mullenweg yang berasal dari Amerika dan Mike Little yang berasal dari Inggris. Keduanya mengembangkan Wordpress karena kesulitan untuk melakukan *publishing* secara online semenjak *platform* B2 atau cafelog ditutup.

Website yang dibangun menggunakan WordPress memiliki beberapa ciri khas tersendiri. Salah satunya adalah bila menggunakan *template theme* gratis maka akan banyak *website* yang memiliki tampilan yang sama. Ciri ini juga dapat menjadi kelemahan karena bagi WordPress. Selain itu, bila dilihat dari *source code* websitenya. *Website* yang dibangun menggunakan WordPress memiliki ciri yakni terdapat kode WP ataupun WordPress di dalamnya.

```
<link rel="https://api.w.org/" href="https://www.unila.ac.id/wp-json/"
<link rel="wlmmanifest" type="application/wlmmanifest+xml" href="https:
<meta name="generator" content="WordPress 6.2" />
<link rel='shortlink' href='https://www.unila.ac.id/' />
```

Gambar 1. Ciri kode CSS pada *website* yang menggunakan WordPress
(Sumber: diolah peneliti)

Pengguna CMS WordPress cukup beragam, mulai dari perusahaan profesional hingga blog perorangan. Instansi pendidikan juga tidak asing lagi dengan

WordPress, banyak *website* dibangun dengan menggunakan *platform* ini. WordPress yang menyediakan beragam *plugin* dan *template* membuat banyak yang menjadikannya pilihan untuk membangun *website*. Selain itu, WordPress juga menyediakan layanannya secara gratis. Membangun *website* dengan WordPress dapat dilakukan dengan waktu yang singkat, karena penggunaannya yang sederhana dan mudah. Sehingga, WordPress digunakan salah satunya untuk menghemat anggaran dan waktu pengerjaan. Banyak perusahaan dan instansi Pendidikan ternama yang menggunakan *platform* WordPress, mulai dari *website* Universitas Lampung, hingga perusahaan besar seperti United Tractor juga menggunakan CMS WordPress.

Tabel 1. Beberapa instansi/perusahaan yang menggunakan WordPress

Alamat Web	Jenis Instansi
http://harvard.edu	Pendidikan
https://www.unitedtractors.com/	Perusahaan alat berat
https://redbullindonesia.co.id/	Perusahaan minuman energi
https://www.unpad.ac.id/	Pendidikan
https://www.greatgiantfoods.com/	Perusahaan pangan
https://www.ui.ac.id/	Pendidikan

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung juga merupakan pengguna *platform* CMS WordPress. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung menggunakan WordPress untuk membangun *website* sejak sekitar Mei 2014. Hal tersebut dapat dilihat dari *page* terlama yang tercatat diterbitkan pada pada tautan <https://komunikasi.fisip.unila.ac.id/extra-activities/>. Dengan menggunakan CMS WordPress, *website* Jurusan Ilmu Komunikasi dapat lebih mudah dikelola terutama dalam segi tampilan desain visual, juga dalam manajemen kontennya seperti dalam mengunggah berita dan kegiatan jurusan. Selain itu, dapat menghemat biaya, baik dalam pembuatan dan pemeliharaan kedepan.

Dalam membangun sebuah *website* tentunya diperlukan penerapan kaidah visual terutama dalam kebutuhan *User Interface*-nya. Kaidah tersebut terdapat pada disiplin Desain Komunikasi Visual (DKV). Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan sebuah disiplin ilmu yang memiliki tujuan utama untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi juga ungkapan kreatif dengan

beberapa macam media guna menyampaikan pesan serta gagasan secara visual yang dilakukan melalui pengelolaan elemen-elemen grafis yang biasanya berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, dan komposisi warna serta *layout* (tata letak). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan (Kusrianto 2007). Terdapat prinsip utama dalam DKV atau desain yang menjadi dasar seperti *Unity* (kesatuan), *Balance* (Keseimbangan), *Rhythm* (Ritme), dan *Emphasis* (penekanan), dan lainnya. Seperti pada pengertian tersebut tujuan dari DKV adalah sebagai sarana untuk mempresentasikan dan mempromosikan pesan dengan cara yang visual, menarik perhatian (mendapatkan atensi), dan memungkinkan pesan tersebut dapat diingat dengan baik.

Pada Januari 2023 peneliti mendapat kesempatan bergabung ke dalam tim pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, yang bertujuan untuk persiapan akreditasi Jurusan berstandar Internasional. Selama dalam tim tersebut peneliti melakukan riset serta analisa beberapa pembaruan yang diperlukan untuk *website* Ilmu Komunikasi.



Gambar 2. Penampilan halaman utama situs Ilmu Komunikasi Unila sebelum dilakukan pembaruan
(Sumber : Web Jurusan Ilmu Komunikasi, 2023)

Dengan penerapan prinsip komunikasi visual pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi tentunya dapat memperbaiki beberapa kekurangan dalam *website* sebelumnya. Seperti membuat tata letak yang baik dan mudah dipahami oleh pengunjung *website*, pemilihan warna yang selaras dan tepat, membuat tampilan menjadi sederhana dan mudah dipahami, serta menggunakan elemen visual yang menarik. Tentunya, yang paling penting adalah agar pengguna nyaman dan dapat dengan menggunakan *website*

Salah satu prinsip yang diterapkan dalam pembaruan desain *website* Ilmu Komunikasi adalah prinsip *Hick's Law* atau Hukum Hick. *Hick's Law* adalah salah satu hukum yang ada dalam *UX Law*. Hukum ini menyatakan semakin banyak dan kompleks pilihan yang diberikan pada pengunjung, maka waktu yang diperlukan untuk membuat keputusan akan semakin lama pula (Hick, 1952). Dalam istilah saat ini *Hick's Law* mengusung konsep “*less is more*” yang memiliki arti bahwa desain yang sederhana namun disusun secara baik, dapat lebih efektif dan efisien dari pada desain yang rumit dan berlebihan. *Hick's Law* menekankan bahwa desain yang lebih *simple* atau sederhana akan memberikan *user experience* atau pengalaman pengguna yang lebih baik.

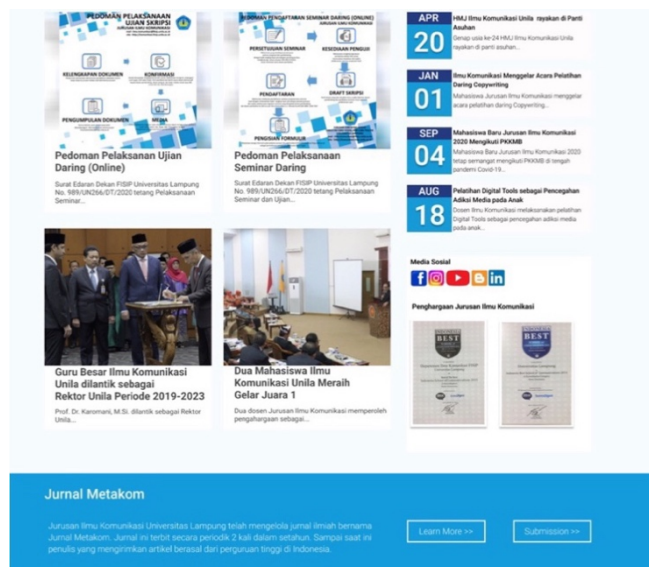
Hick's Law sendiri merupakan satu dari beberapa hukum yang ada pada UI/UX atau biasa dikenal dengan *law of UX*. *Law of UX* atau bisa dikenal dengan hukum dan prinsip UX sendiri tidak memiliki arti yang pakem. *Law of UX* sendiri lebih dikenal sebagai kumpulan prinsip atau hukum psikologi dan desain yang digunakan untuk membantu para perancang atau desainer dalam membangun sebuah desain antarmuka atau UI/UX yang baik. Prinsip UX sendiri salah satunya dicetuskan oleh Jon Yablonski dengan kurang lebih sekitar 10 prinsip yang ada di dalamnya.

10 Prinsip UX tersebut yakni *Jakob's Law* yang menekankan pentingnya menjaga keseragaman dalam elemen desain untuk memudahkan pengguna dalam beradaptasi dengan suatu produk atau situs web. *Fitts's Law* mendorong desainer untuk memprioritaskan elemen desain yang mudah dijangkau oleh pengguna. Hukum Hick mengemukakan bahwa waktu yang diperlukan untuk membuat keputusan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah pilihan

yang tersedia. *Miller's Law* menyatakan bahwa manusia dapat efektif mengingat sekitar 7 ± 2 item informasi pada suatu waktu. Prinsip Postel menyatakan bahwa sistem komunikasi harus menerima berbagai masukan dan format sebanyak mungkin. *Peak-End Rule* didasarkan pada pengalaman pengguna dinilai berdasarkan puncak dan akhir pengalaman. *Aesthetic-Usability Effect* menyatakan bahwa pengguna cenderung menganggap produk atau antarmuka yang dianggap estetik juga memiliki tingkat kegunaan yang tinggi. Efek von Restorff menyatakan bahwa objek yang berbeda atau menonjol akan lebih mudah diingat dibandingkan dengan objek yang sejenis atau tidak menonjol. *Tesler's Law* menyatakan bahwa "Semakin rumit sistem, semakin sulit untuk menggunakannya." Dan untuk *Doherty Threshold* adalah konsep dalam desain antarmuka yang menyatakan bahwa respons pengguna terhadap suatu tindakan harus cepat agar terasa instan dan tanpa hambatan. (Yablonski, J. 2020).

Hick's Law sendiri dipilih untuk dipilih dan diterapkan pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi karena prinsip ini memfokuskan pada kesederhanaan dan keseimbangan. Dengan pemfokusan prinsip *Hick's Law* akan membuat desain UI dari *website* Ilmu Komunikasi menjadi lebih bersih, rapih, juga sederhana. *Hick's Law* juga membantu penyalarsan objek desain pada UI *website*. Pada penerapannya dalam *website* Ilmu Komunikasi *Hick's Law* juga membantu menyusun ulang *header*, dan pengelompokan beberapa menu. *Hick's Law* dapat menjawab beberapa masalah utama pada kekurangan *website* Ilmu Komunikasi sebelumnya. Oleh karenanya, prinsip ini dipilih untuk diteliti dan difokuskan pada pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi.

Berdasarkan kaidah DKV sendiri *website* Ilmu Komunikasi masih kurang optimal dalam bagian *layout*. Selain itu, *website* Komunikasi Unila kurang menerapkan prinsip *Balance* (Keseimbangan) terutama pada objek desain yang digunakan di dalam web. Sehingga, salah satu pembaruan utama yang difokuskan oleh peneliti pada *website* Ilmu Komunikasi adalah tata letak dan elemen visual. Tata letak atau *layout* pada halaman depan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi sebelum diperbarui kurang teratur. Serta penyusunan objeknya juga masih belum sempurna. Begitupun dengan objek visual yang tidak selaras.



Gambar 3. Penampilan halaman utama situs Ilmu Komunikasi Unila sebelum dilakukan pembaruan
(Sumber : Web Jurusan Ilmu Komunikasi, 2023)

Oleh karena itu, prinsip *Hick's Law* perlu diterapkan dalam pembaruan *website* Ilmu Komunikasi, untuk memperbaiki baik dari segi tata letak dan visualnya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Prinsip *Hick's Law* pada *Website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan *Hick's Law* pada *website* jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung”

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada perubahan tampilan *Website* Jurusan Ilmu Komunikasi utamanya pada desain tampilan dengan penerapan kaidah *Hick's Law*. Pada penelitian ini tidak akan melakukan pengukuran reaksi pengguna. Hal tersebut dilakukan karena peneliti bertanggung jawab dalam melakukan desain *website* Jurusan Ilmu Komunikasi selama kurang lebih 3 bulan lamanya. Dan berdasarkan pembaruan tersebut terdapat beberapa perubahan tampilan dalam *website* Jurusan Ilmu Komunikasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk “Untuk mengetahui bagaimana penerapan *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung”

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, berikut merupakan manfaat dari penelitian ini:

1. Secara Teoritis

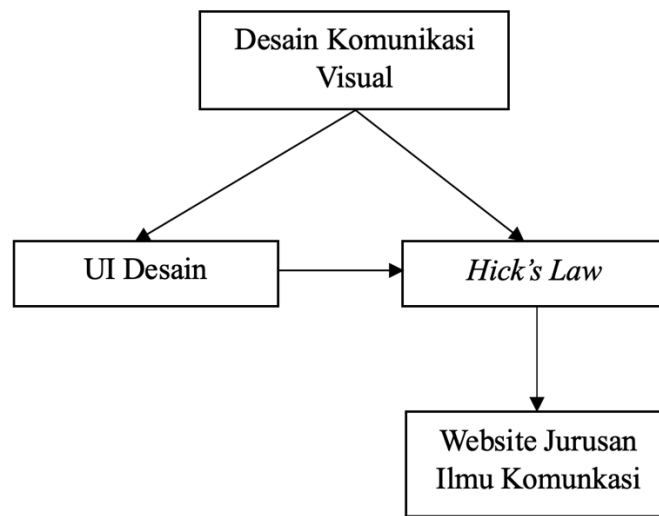
Secara teoritis, dilakukan penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi dalam kajian Desain Komunikasi Visual khususnya pada bidang UI/UX. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan terhadap penelitian sejenis.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan *website* Ilmu Komunikasi ke depannya, dengan tujuan untuk meningkatkan optimalitasnya baik dari segi desain visual maupun fungsi.

1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model yang digunakan untuk mengorganisir pemikiran dan analisa yang berupa teori dan fenomena yang akan diteliti. Kerangka pikir juga diartikan sebagai model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono 2017). Kerangka pikir juga membantu memperjelas konsep yang akan diteliti, serta mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi masalah. Berikut merupakan kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 4. Kerangka Pikir
(Sumber: diolah peneliti)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini digunakan penelitian sejenis yang pernah dilaksanakan sebelumnya yang berguna sebagai acuan serta perbandingan. Pada penelitian ini menggunakan tiga penelitian terdahulu yang memiliki tema sejenis dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian tersebut yang pertama adalah berjudul Kajian Pengaruh Perubahan *User Interface* (Ui) Terhadap *User Experience* (Ux) pada Aplikasi Digital Studi Kasus pada Perubahan Interface Aplikasi Gojek Versi 4.0 Ke Atas yang diteliti oleh Karen Yunika Dwiantono, Dianing Ratri dan Irfansyah. Hasil penelitian tersebut yakni mayoritas pengguna dapat menyelesaikan setiap tugas *usability testing* dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Gojek tidak memiliki *usability issues* yang signifikan atau fatal yang dapat menghalangi pengguna untuk menggunakan produk Gojek. Namun, berdasarkan analisis tampilan Gojek terhadap kajian pustaka, ada beberapa hal yang dapat mengganggu pengguna dan memicu keluhan negatif terhadap aplikasi Gojek.

Penelitian yang digunakan selanjutnya berjudul Tinjauan dan Pengembangan Aplikasi E-Faktur Versi 3.0 Dari Segi Pengalaman Pengguna (*User Experience*) dan Grafis Antar Pengguna (*User Interface*) oleh R. Rahmat Fadli Sadikin. Pada penelitian ini memiliki hasil mayoritas setuju bahwa aplikasi E-Faktur versi 3.0 bukanlah aplikasi yang mudah dipakai dan cepat dipahami yang membuktikan bahwa penerapan desain UX pada aplikasi ini masih kurang. Selain itu, mayoritas juga setuju bahwa UI dari aplikasi ini tidak sesuai ekspektasi, lebih buruk, kuno, tidak menarik, tidak konsisten, dan lain-lain.

Untuk penelitian yang terakhir yang digunakan rujukan dalam penelitian ini berjudul *Analisis User Interface pada Website Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro* yang diteliti oleh Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin dan Puri Sulistiyawati. Hasil dari penelitian tersebut adalah *website* <http://dkv.dinus.ac.id/> masih memiliki kekurangan pada segi *user interface*-nya. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah cukup puas, tetapi masih tetap perlu diperbaiki lagi dari segi *user interface* untuk mendapatkan tampilan *website* <http://dkv.dinus.ac.id/> yang baik, menarik, Berikut merupakan matriks penelitian terdahulu yang memaparkan lebih jelas tentang penelitian terdahulu dan relevansi serta perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2. Matriks penelitian terdahulu

1	Judul	Kajian Pengaruh Perubahan <i>User Interface</i> (Ui) Terhadap <i>User Experience</i> (Ux) pada Aplikasi Digital Studi Kasus pada Perubahan Interface Aplikasi Gojek Versi 4.0 Ke Atas
	Peneliti	Karen Yunika Dwiantono, Dianing Ratri dan Irfansyah
	Metode Penelitian	Studi Kasus
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada penelitian yang telah dilakukan tersebut menggunakan beberapa teori laws of UX sebagai acuannya seperti <i>Hick's Law</i> , Doherty Threshold, dan Jakob's Law. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan akan lebih difokuskan pada prinsip <i>Hick's Law</i> saja. Serta, pada penelitian tersebut juga melihat bagaimana perubahan pengalaman pengguna, sedangkan pada penelitian yang dilakukan akan lebih difokuskan pada perubahan desain antarmuka saja. Selain itu, pada penelitian tersebut tidak terlibat langsung pada update atau pembaruan desain app, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan penelitian terlibat langsung dalam pembaruan.
	Persamaan Penelitian	Persamaan kedua penelitian ini adalah melihat bagaimana terjadi perubahan desain <i>user interface</i> pada aplikasi dan <i>website</i> dengan penerapan beberapa prinsip desain komunikasi visual.
	Hasil Penelitian	Mayoritas pengguna dapat menyelesaikan setiap tugas usability testing dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Gojek tidak memiliki usability issues yang signifikan atau fatal yang dapat menghalangi pengguna untuk menggunakan produk Gojek. Namun, berdasarkan analisis tampilan Gojek terhadap kajian 11 negatif, ada beberapa hal yang dapat mengganggu pengguna dan memicu keluhan negatif terhadap aplikasi Gojek.

Tabel 3. Lanjutan

Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian tersebut adalah sebagai rujukan untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sejenis, serta sebagai bahan evaluasi dan peningkatan bagi UI/UX aplikasi Gojek selanjutnya.
-----------------------	---

Tabel 4. Matriks penelitian terdahulu

2	Judul	Tinjauan dan Pengembangan Aplikasi E-Faktur Versi 3.0 Dari Segi Pengalaman Pengguna (<i>User Experience</i>) dan Grafis Antar Pengguna (<i>User Interface</i>)
	Peneliti	R. Rahmat Fadli Sadikin
	Metode Penelitian	Eksperimen
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan kedua penelitian ini adalah penelitian tersebut menggunakan keseluruhan <i>law of ux</i> sebagai acuan untuk penerapan desain pada <i>website</i> dan aplikasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya difokuskan dengan acuan <i>Hick's Law</i> saja yang mana berkaitan dengan kesederhanaan tampilan. Selanjutnya pada penelitian yang telah dilakukan hanya melakukan rancangan desain baru namun tidak diterapkan pada websitenya, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan penerapan dan perubahan desain baru pada <i>website</i> .
	Persamaan Penelitian	Persamaan kedua penelitian ini adalah keduanya meneliti desain aplikasi dan web menggunakan kaidah DKV dan <i>user interface</i> . Serta penelitian ini juga meneliti beberapa aspek yang perlu diperbaiki dari web dan aplikasi versi sebelumnya.
	Hasil Penelitian	Mayoritas setuju bahwa aplikasi E-Faktur versi 3.0 bukanlah aplikasi yang mudah dipakai dan cepat dipahami yang membuktikan bahwa penerapan desain UX pada aplikasi ini masih kurang. Selain itu, mayoritas juga setuju bahwa UI dari aplikasi ini tidak sesuai ekspektasi, lebih buruk, kuno, tidak menarik, tidak konsisten, dan lain-lain.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini adalah sebagai bahan acuan dan evaluasi bagi aplikasi E-Faktur untuk melakukan pembaruan dan untuk memperkaya kajian tentang desain UI/UX.

Tabel 5. Matriks penelitian terdahulu

3	Judul	Analisis <i>User Interface</i> pada <i>Website</i> Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro
	Peneliti	Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin dan Puri Sulistiyawati
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang telah dilaksanakan menggunakan acuan <i>user centered design</i> sebagai ukuran desain, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan <i>hick's law</i> sebagai bahan acuan.

Tabel 6. Lanjutan

Persamaan Penelitian	Kedua penelitian ini sama-sama melakukan analisis desain tampilan atau <i>user interface</i> dari sebuah website jurusan. Keduanya penelitian memfokuskan apa saja yang perlu dilakukan pembaruan dan perbuahan dari segi tampilan web.
Hasil Penelitian	<i>Website</i> http://dkv.dinus.ac.id/ masih memiliki kekurangan pada segi <i>user interface</i> -nya. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah cukup puas, tetapi masih tetap perlu diperbaiki lagi dari segi <i>user interface</i> untuk mendapatkan tampilan <i>website</i> http://dkv.dinus.ac.id/ yang baik, menarik, dan up to date.
Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini adalah sebagai bahan rujukan bila <i>website</i> jurusan DKV UDINUS akan melakukan pembaruan tampilan, serta sebagai kajian literatur pada bidang desain komunikasi visual.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi telah berkembang sejak lama, bahkan sejak zaman pra-sejarah. Sejak lama manusia telah mengenal dan mempraktekkan komunikasi visual. Bentuk komunikasi visual pada jaman ini antara lain adalah piktogram yang digunakan untuk menceritakan kejadian sehari-hari pada *Cave Age*, bentuk lain adalah *hieroglyphics* yang digunakan oleh bangsa Mesir. Semakin dengan perkembangan zaman bentuk komunikasi visual juga mulai beragam mulai dari munculnya prasasti, buku, poster-poster, hingga saat ini terdapat desain ilustrator bahkan hingga 3D *modeling* dan *Virtual Reality*. Komunikasi Visual telah berkembang dan bahkan menjadi salah satu aspek penting kehidupan saat ini.

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari konsep yang ada dalam komunikasi dan ekspresi kreatif dari berbagai media yang berguna untuk menyampaikan pesan serta gagasan visual. DKV melibatkan pengelolaan objek grafis seperti bentuk, tata letak huruf, gambar, warna, dan *layout*, guna memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens yang menjadi fokus utama penerima pesan.

Dengan memahami prinsip-prinsip DKV, pesan-pesan yang disampaikan secara visual dapat lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi. (Kusrianto 2007). Singkatnya, Desain Komunikasi Visual atau DKV berarti sebagai proses perancangan visual yang bertujuan untuk menyampaikan informasi melalui objek-objek visual seperti gambar, teks, warna, dan bentuk. Contoh penerapan DKV digunakan untuk banyak macam media, seperti, brosur, iklan, poster, dan situs web (Baldwin, 2016).

DKV memiliki fungsi yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, branding, promosi, dan juga dalam menyampaikan informasi secara visual kepada khalayak. Dalam praktiknya, DKV tidak hanya memperhatikan aspek visual semata, tetapi juga berbagai faktor lainnya seperti tujuan, sasaran, audiens, dan konteks. Beberapa tujuan lain dari DKV adalah:

- a) Meningkatkan kesadaran tentang merek atau produk: DKV digunakan untuk menciptakan citra merek atau produk yang menarik dan mudah diingat oleh khalayak.
- b) Memperkenalkan produk baru: DKV dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru ke pasar dan memperluas pasar.
- c) Menarik perhatian khalayak: DKV dapat menarik perhatian khalayak dengan visual yang menarik dan berbeda dari yang lain.
- d) Memberikan informasi secara visual: DKV dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara visual yang mudah dipahami oleh khalayak (Ambrose, 2014).

Terdapat beberapa prinsip dalam ilmu desain komunikasi visual (DKV). Salah satunya seperti yang dijelaskan oleh Rakhmat Supriyono dalam buku Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi (Supriyono R, 2010), sebagai berikut :

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan dalam desain merujuk pada penggabungan elemen-elemen desain secara harmonis dan sinergis. Setiap elemen saling berinteraksi dan mendukung satu sama lain untuk menyampaikan pesan yang dimaksud dalam visual tersebut. Kesatuan dalam prinsip desain grafis menekankan pada kohesi, konsistensi, dan keselarasan yang menjadi inti dari sebuah komposisi. Dengan menciptakan hubungan harmonis antara elemen-elemen desain, prinsip kesatuan mencerminkan integritas visual yang mendukung keseluruhan pesan dan tujuan dari karya grafis tersebut.

Seperti Namanya, Prinsip ini sesungguhnya merupakan prinsip hubungan, di mana tercapainya kesatuan tergantung pada adanya keterkaitan antara satu atau beberapa unsur rupa, seperti warna dan elemen visual lainnya. Ketika elemen-elemen ini saling berhubungan serta saling melengkapi satu sama lain, kesatuan visual dalam desain terwujud secara optimal.

Sebagai contoh dalam penerapan prinsip ini adalah pemilihan warna pada sebuah desain. Dengan warna yang menyatu membuat desain terlihat rapih dan terhubung satu-sama lain menjadi kesatuan, dalam desain juga terdapat *color palatte* yang berguna untuk menyatukan warna. Selain itu, objek desain yang seragam juga merupakan salah satu contoh penerapan prinsip ini.

b. Keseimbangan (*Balance*)

Prinsip Keseimbangan dalam sebuah desain menjadi sesuatu yang vital. Desain yang baik adalah desain yang memperhatikan keseimbangan. Seimbang dalam hal ini adalah bagaimana objek atau elemen desain diletakan dan didistribusikan dengan benar hingga menciptakan keselarasan desain. *Balance* atau keseimbangan dalam sebuah desain berkaitan erat dengan *layout* atau tata letak.

Dengan *layout* yang baik menciptakan desain yang stabil, rapih, dan tidak ada yang terlalu mendominasi.

Contoh mudah penerapan prinsip *balance* pada sebuah desain adalah menggabungkan elemen besar dengan beberapa elemen kecil yang berbeda untuk menciptakan keseimbangan yang dinamis. Contoh lainnya adalah penyusunan tata letak desain yang memperhatikan *golden ratio*. Atau contoh sederhananya meletakkan meletakkan foto atau objek desain dengan tulisan secara sejajar sehingga memunculkan desain rapih dan stabil.

c. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi merupakan salah satu prinsip dalam komunikasi visual yang diterapkan untuk mencapai keserasian visual. Prinsip proporsi menyangkut perbandingan secara matematis dalam sebuah objek atau desain. Dalam cakupan desain, setiap unsur memiliki peran penting dalam menentukan proporsi yang dihasilkan. Sebagai contoh, penggunaan warna cerah pada bidang atau ruang yang sempit akan mempengaruhi kesan visual secara keseluruhan.

Dengan memperhatikan prinsip proporsi dapat menciptakan perbandingan skala yang seimbang dan tidak terlalu mencolok, sehingga memberikan kesan harmonis pada desain tersebut. Pendekatan yang cermat terhadap prinsip proporsi akan membantu mencapai estetika yang lebih profesional dan menyampaikan pesan dengan jelas melalui desain visual.

Sebagai contoh dalam penerapan ini adalah dengan penerapan objek desain yang selaras, tidak terlalu besar atau terlalu kecil, serta pemilihan ukuran kertas yang selaras dengan kebutuhan. Dengan proporsi yang seimbang tentunya membuat desain menjadi rapih dan nyaman untuk dilihat.

d. Irama (*Rhythm*)

Ritme dalam DKV merujuk pada penerapan prinsip yang menciptakan kesatuan dan keselarasan visual melalui harmonisasi elemen-elemen desain. Ritme bisa mencakup pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Irama adalah pengulangan gerakan yang teratur dan berkesinambungan. Terdapat beberapa jenis ritme, seperti ritme regular, mengalir (*flowing*), dan prosesif atau *gradual*.

Prinsip ritme dalam desain sering juga disebut sebagai prinsip pengulangan (*repetisi*), di mana elemen-elemen desain diulang secara terencana untuk mencapai efek visual yang konsisten dan mengarah pada kesan estetika yang profesional.

Dengan memanfaatkan prinsip ritme secara baik, akan dapat menciptakan tata rupa yang harmonis, dinamis, dan memikat bagi pengamat serta menyampaikan pesan dengan kohesi dan daya tarik yang tinggi. Contoh, prinsip ritme dapat diterapkan melalui pengulangan elemen-elemen seperti tombol navigasi, atau ikon yang diatur secara berulang dan teratur pada setiap halaman pada sebuah website.

e. Dominasi (*Domination*)

Dominasi adalah salah satu prinsip dasar yang tak dapat diabaikan dalam tatarupa karya seni dan desain. Istilah "*Dominance*" yang merujuk pada keunggulan dan keistimewaan yang menjadikan suatu unsur sebagai poin penarik dan pusat perhatian. Dalam dunia desain, dominasi sering dikenal sebagai "*Center of Interest*," "*Focal Point*," atau "*Eye Catcher*," yang berfungsi untuk menarik perhatian pemirsa dan memberikan fokus pada elemen utama dalam komposisi.

Melalui penerapan prinsip dominasi yang tepat, desainer dapat menciptakan tampilan yang menonjol, memberikan pesan yang jelas, serta mencapai dampak visual yang mengesankan bagi

audiens. Contoh penerapan dominasi pada sebuah desain adalah dengan membuat warna objek yang berbeda dengan warna objek yang lain, seperti pada bagian notifikasi pada sebuah website, atau *call to action* pada sebuah desain promosi (Supriyono R, 2010).

Kelima prinsip tersebut merupakan salah satu prinsip esensial dalam desain komunikasi visual. Semuanya merupakan satu kesatuan yang mengukung sebuah desain yang baik. Selain dari lima prinsip tersebut, terdapat beberapa versi lain dari prinsip desain komunikasi visual, seperti adanya tambahan *simplicity* atau kesederhanaan, *clarity* atau kejelasan, *contrast* atau kontras, dan lainnya. Namun, semua prinsip tersebut memiliki tujuan yang sama yakni menghasilkan sebuah karya desain yang harmoni dan apik. Semua prinsip tersebut dapat digunakan dengan proporsi yang tepat dan sesuai dengan tujuan dari pesan visual yang akan disampaikan.

2.2.2 *Web Development*

Web development atau bila diterjemahkan menjadi pengembangan web adalah sebuah proses mulai dari membuat hingga memelihara situs web ataupun aplikasi. Proses *web development* melibatkan beberapa tugas dan pekerjaan seperti desain, pengembangan *front-end*, pengembangan *back-end*, pengkonfigurasian server, hingga manajemen data yang ada di dalamnya. Pada *web developer* diperlukan beberapa hal seperti kerangka kerja, beberapa *software* untuk pengoptimalan situs web, serta tak lupa keahlian dalam penggunaan bahasa pemrograman. Pengembangan *website* yang baik dapat memastikan fungsional, interaktif, dan menarik secara visual bagi pengguna (MDN Web Docs, 2023).

Web development dilakukan dibalik layar, yang bertujuan untuk membuat *website* menjadi lebih baik dari segi tampilan serta berta berjalan secara responsif. Pengembangan *website* biasanya dilakukan dengan menerapkan kebutuhan Lembaga atau instansi serta *feed back* dari konsumen atau pengunjung web. Hal tersebut tentunya berhubungan dengan *user experience* bagi pengunjung *website* nantinya. Terdapat

beberapa fase dalam pengembangan web, yang sederhananya terdiri dari desain tampilan web, pengembangan konten, skrip untuk klien dan *serve*, dan pengaturan keamanan web. Dalam artian yang lebih luas, *web development* mencakup semua kegiatan dan pembaruan guna memastikan kinerja web sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan kecepatan yang optimal yang berarti responsif (Techopedia, 2020).

Pengembangan web merupakan proses holistik yang melibatkan desain, konstruksi, dan pemrograman situs web yang bertujuan untuk menghasilkan fitur dan fungsionalitas yang optimal. Meskipun pekerjaan desain situs web erat kaitannya dengan pengembangan web, istilah "pengembangan web" umumnya merujuk pada tahap konstruksi dan pemrograman yang terlibat dalam menciptakan situs web dan aplikasi yang sebenarnya (Brainstation, 2023). *Web development* dapat menggunakan *content management systems* (CMS) untuk membuat proses pengeditan konten menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan dengan teknis dasar pemrograman.

Pada prosesnya terdapat beberapa jenis *web development*. Proses *web development* dapat berbeda-beda tergantung pada kebutuhan proyek dan metode pengembangan yang digunakan. Salah satu yang umum digunakan adalah metode *Web Development Life Cycle*. *Web Development Life Cycle* (WDLC) adalah salah satu metode yang digunakan dalam membangun sebuah *website*. Tahapan-tahapan dalam WDLC terdiri dari *Planning, Analysis, Design and Development, Testing* dan *Implementation and Maintenance*. Setiap fase mencakup serangkaian tugas, yang bergantung pada teknik yang menghasilkan file dokumen khusus untuk memahami pengembangan tersebut (Kamatchi, 2013). WDLC berkaitan dengan semua tahapan yang masuk ke dalam pengembangan situs web, mulai dari merumuskan ide hingga melakukan *coding* dan perancangan hingga penerapan serta tahap pemeliharaan. WDLC merupakan langkah dasar atau metodis yang harus diikuti untuk mencapai situs web yang berfungsi dengan baik (Monocubed, 2021). Berikut penjelasan mengenai fase yang ada pada WDLC:

1. *Planning*

Fase pertama dalam *Web Development Life Cycle* (WDLC) adalah perencanaan. Perencanaan situs web memiliki peranan yang sangat penting, karena menjadi fondasi utama bagi keseluruhan proyek situs web. Jika perencanaan tidak dilakukan dengan baik, maka tahapan-tahapan selanjutnya dalam WDLC juga berpotensi mengalami kesalahan. Membuat keputusan yang tepat mengenai struktur organisasi situs web dan desain halaman dimulai dengan menyusun rencana yang matang.

2. *Analisis*

Fase kedua adalah analisis, yang melibatkan serangkaian aktivitas yang mengumpulkan informasi dari pengguna. Informasi ini kemudian dianalisis secara sistematis untuk membentuk pemahaman yang jelas mengenai fungsionalitas sistem aplikasi dan *website*, persyaratan input data beserta sumbernya, persyaratan *output* data, dan persyaratan presentasi data yang diperlukan.

3. *Design and Development*

Tahap ini melibatkan penyusunan *blueprint* situs web, yang bertujuan untuk menyiapkan berbagai representasi diagram yang akan dikembangkan pada tahap pengembangan selanjutnya. *Blueprint* utama dalam tahap ini mencakup model data, model proses, dan model presentasi. Selain itu, desain sistem juga didokumentasikan dengan lengkap. Tahap ini melibatkan proses pemrograman dan pengujian program secara individual berdasarkan desain yang telah disusun sebelumnya.

4. *Testing*

Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa situs web berfungsi secara optimal dan sesuai dengan harapan pengguna dan bagaimana kinerjanya. Tahap ini melibatkan perencanaan pengujian, pengambilan data untuk uji, menjalankan uji coba, membandingkan

hasil dengan hasil yang diharapkan, menganalisis perbedaan, memperbaiki *bug*, dan melakukan pengujian ulang secara hingga semua ketidaksesuaian yang ditemukan dapat diatasi dengan memuaskan.

5. *Implementation and Maintenance*

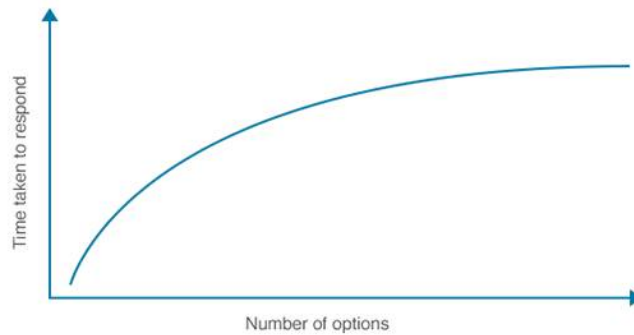
Proses ini melibatkan penginstalan situs web, melakukan persiapan data seperti server, serta meluncurkannya sebagai aktivitas utama. Tahap ini merupakan saat pertama kali situs web diluncurkan dan dapat diakses, yang mana pengguna diberi kesempatan untuk menggunakannya untuk pertama kalinya. Selain itu, tahap ini juga mencakup langkah penting dalam pengujian penerimaan pengguna, yang menjadi tonggak teknis dan komersial dalam WDLC (Kamatchi, 2013).

Metode pada WDLC dapat mewakili proses *web development* secara umum. Terdapat beberapa perbedaan dalam proses *web development*, karena hal tersebut didasarkan pada keperluan web yang akan dibangun dan disesuaikan dengan kebutuhan lembaga maupun pengguna web tersebut. Namun, pada umumnya proses *web development* terdiri dari *planning, analysis, desain, programming, testing, dan maintenance*.

2.2.3 *Hick's Law*

Hick's Law adalah hukum yang memaparkan bahwa dengan jumlah yang semakin banyak dan kompleks pilihan yang diberikan kepada pengguna, maka waktu yang dibutuhkan pengguna dalam mengambil keputusan akan semakin meningkat. Artinya, ketika seseorang dihadapkan pada banyak opsi atau informasi yang rumit, proses pengambilan keputusan akan menjadi lebih lambat (Hick, 1952). Hukum Hick membahas tentang kemudahan pengambilan keputusan oleh pengguna, yang dipengaruhi oleh jumlah pilihan yang disajikan oleh desainer. Hukum ini juga memperhitungkan waktu yang dibutuhkan oleh pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Hukum ini muncul sebagai hasil penelitian oleh

William Edmund Hick dan Ray Hyman yang dilakukan pada 1952. Secara singkat, *Hick's Law* memprediksi waktu dan upaya yang diperlukan untuk membuat keputusan, meningkat seiring dengan jumlah pilihan.



Gambar 5. Penjelasan *Hick's Law*
(Sumber: Get Feedback, 2023)

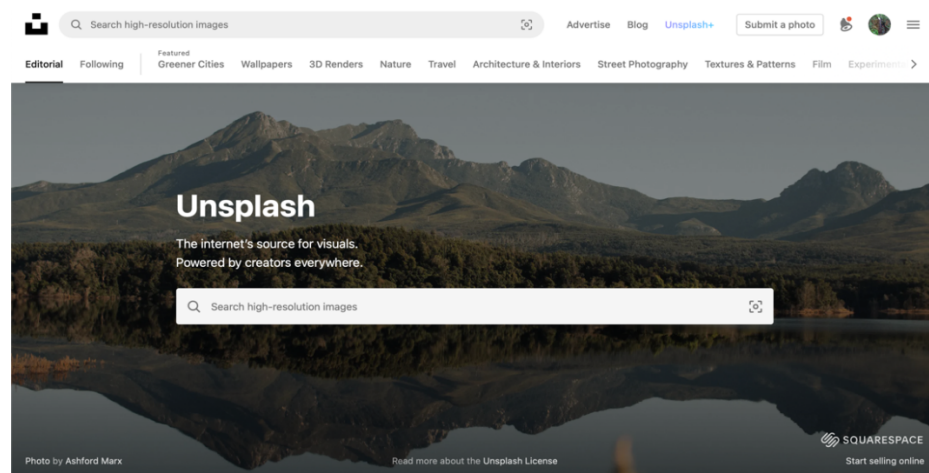
Dalam konteks desain komunikasi visual, prinsip *Hick's Law* digunakan untuk menciptakan pengalaman yang lebih mudah dipahami dan efisien bagi pengguna. Salah satu pendekatan yang bisa diterapkan adalah mengurangi jumlah elemen atau pilihan yang ditampilkan. Dalam desain antarmuka pengguna aplikasi atau *user interface*, misalnya, banyaknya menu atau tombol yang ditampilkan dapat menyebabkan kebingungan dan lambatnya proses pengambilan keputusan.

Oleh karena itu, dengan menerapkan prinsip *Hick's Law*, pembuat desain dapat membatasi jumlah opsi yang ditampilkan pada setiap layar, mengelompokkan pilihan yang serupa, dan menciptakan hierarki yang jelas. Pendekatan ini bertujuan untuk membantu pengguna dalam memproses informasi dengan lebih cepat serta pengambilan keputusan menjadi lebih mudah, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna dan efektivitas antarmuka pengguna.

Konsep *Hick's Law* juga dikaitkan dengan konsep kelebihan pilihan atau "*choice overload*". Kelebihan pilihan terjadi ketika terlalu banyak opsi disajikan kepada pengguna, sehingga mereka kesulitan memilih atau

memutuskan (Preece, 2019). Dalam istilah saat ini *Hick's Law* menggunakan konsep “*less is more*” yang memiliki arti bahwa desain yang sederhana dan sedikit elemen namun disusun secara efektif, dapat lebih optimal dan efisien. Prinsip utama *less is more* dalam sebuah desain web adalah menyediakan hanya bagian yang penting atau esensial dari fitur *website* kepada pengguna. Dalam desain web minimalis, tidak ada teks tambahan, dan animasi yang tidak diperlukan. Di sisi lain, semua yang disajikan di halaman itu disengaja dan bermanfaat (Lidwell, Holden & Butler, 2010).

Dalam konsep *user experience*, *Hick's Law* dapat ditarik kesimpulan menjadi beberapa poin. Pertama, dengan mengurangi jumlah pilihan yang disajikan supaya waktu dalam mengambil keputusan bisa dioptimalkan. Kedua, pemecahan langkah rumit menjadi langkah-langkah yang lebih sederhana untuk mengurangi beban kognitif pengguna. Ketiga, memberikan penekanan atau *highlight* pada menu tertentu agar pengguna tidak merasa kewalahan. Keempat, gunakan dan berikan fitur *onboarding* atau *tutorial* yang lengkap untuk membantu pengguna baru agar beban kognitif berkurang. Namun, perlu diingat bahwa meskipun *Hick's Law* berfokus pada penyederhanaan, penting untuk menjaga keseimbangan agar pengalaman pengguna tidak terlalu abstrak dan sulit dipahami. (Yablonski, 2020).



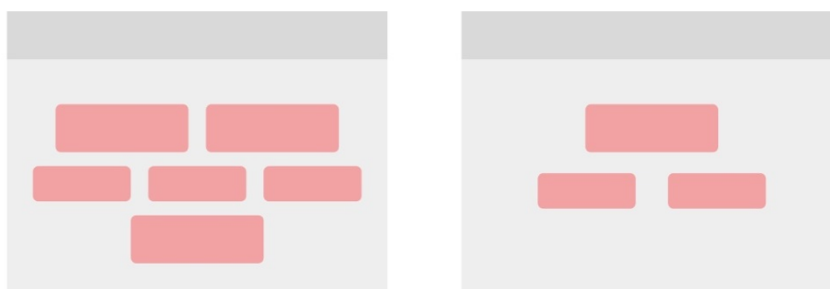
Gambar 6. Contoh penerapan *Hick's Law* pada desain *website* (Sumber: Unsplash, 2023)

Penerapan *Hick's Law* pada sebuah desain *user interface* membuat pengguna lebih mudah dalam menggunakan *website* tersebut. Seperti pada gambar 6, salah satu *website* yang menerapkan prinsip ini adalah Unsplash.com yang merupakan web berbasis pencarian gambar. Terlihat jelas penerapan *Hick's Law* pada *website* tersebut yakni langsung menampilkan tombol pencarian atau search bar, selain pilihan lain yang pada *navigation bar* di atas web untuk pengguna mencari hal lain. Tentu saja dalam sebuah web berbasis pencarian gambar, tombol pencarian adalah fungsi utama yang dibutuhkan oleh pengguna yang akan mengakses.

Dengan mengurangi fungsi dan tombol pada halaman utama *website* tersebut membuat pengguna menjadi lebih cepat untuk mencapai tujuan yang diinginkannya yakni mencari sebuah gambar. Sehingga, penerapan prinsip *Hick's Law* diterapkan dengan benar pada *website* ini, dan menghasilkan kemudahan bagi penggunanya. Penggunaan menu pencarian atau *search bar* memudahkan pengguna untuk mencari apa yang diinginkan tanpa melalui banyak navigasi.

Tampilan Menerapkan *Hick's Law*

Tampilan Tanpa Menerapkan
Hick's Law



Gambar 7. Ilustrasi tampilan *website* tanpa dan dengan penerapan *Hick's Law*
(Sumber: Diolah peneliti)

Dalam ilustrasi yang ditampilkan pada gambar 7 dapat dilihat bagaimana terdapat perbedaan cukup signifikan antara desain tampilan yang menerapkan prinsip *Hick's Law* dan desain yang tidak menerapkan *Hick's*

Law. Pada penerapannya, prinsip *Hick's law* mementingkan pada fungsionalitas, sehingga desain nampak lebih sederhana namun tetap enak dipandang. Selain *less is more*, pada prinsip *Hick's Law* juga menganut KISS atau "*Keep It Simple and Straightforward*". Terlihat dalam ilustrasi sebelumnya bahwa tanpa penerapan *Hick's Law* memiliki banyak pilihan dan tombol, sedangkan pada tampilan yang menerapkan *Hick's Law* terbatas pada tombol yang penting saja.

Namun, pada penerapannya *Hick's Law* bukanlah asal sekedar memotong tombol, atau menghapus objek desain. Sesuatu yang terlalu sederhana tanpa mempertimbangkan aspek fungsi dan lainnya justru membuat pengguna merasa kesulitan dan kebingungan. Dalam penerapan prinsip ini diperlukan beberapa pertimbangan dan riset yang matang agar menu utama yang ditampilkan benar-benar sesuai kebutuhan pengguna dan berfungsi dengan baik. Serta, pada penerapannya, prinsip ini bukan hanya mengurangi banyaknya objek atau teks. *Hick's Law* juga memperhatikan bagaimana pengelompokan objek yang sama dan sesuai agar tidak menyulitkan pengguna. Sehingga, dalam penerapannya dibutuhkan riset yang mendalam, bukan hanya sekedar membuat sederhana atau memotong menu-menu yang terlalu banyak.

Sebagai contoh penerapan yang benar adalah pengurangan jumlah opsi pada menu navigasi dapat membantu mengurangi waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menemukan halaman yang diinginkan (Mayer & Moreno, 2003). Berikut merupakan beberapa contoh lainnya mengenai bagaimana dalam menerapkan *Hick's Law* dalam desain *website*:

- a). Mengurangi batas pilihan dengan menyediakan jumlah pilihan yang kecil antara satu sampai lima, sehingga dapat mengurangi waktu pengguna dalam mengambil keputusan, karena efisien dan efektif sangat penting dalam sebuah *website*.
- b). Menyederhandakan dan memudahkan menu, dengan menyederhanakan menu terutama menu navigasi melalui

pembatasan dan pengelompokan item tertentu. Hal tersebut dapat membantu pengguna untuk mengidentifikasi dan menemukan tujuan mereka dengan cepat.

- c). Fokus dengan fungsionalitas, hal tersebut dapat membantu agar pengguna tidak lelah dan terganggu dengan objek yang terlalu banyak dan kompleks. Fokus pada fungsi juga membuat waktu pengambilan keputusan menjadi lebih cepat.
- d). Menggunakan *layout* yang baik dan sistematis, sebagai contoh dengan menerapkan *dropdown* yang mudah dijangkau, menerapkan menu penting pada bagian atas, serta susunan yang tidak membingungkan. Dengan begitu pengguna dapat dengan mudah menemukan tujuan utama.

2.2.4 Desain *User Interface*

Dalam proses pembuatan *website* salah satu yang terpenting adalah dalam melakukan desain *User Interface* (UI). Desain *User Interface* (UI) merupakan wajah utama dalam sebuah *website*, sehingga menjadikannya sebagai bagian yang penting. Desain UI memiliki tujuan untuk membuat desain antarmuka menjadi lebih mudah digunakan, menarik secara visual, dan efisien bagi pengguna. *User Interface* (UI) sendiri memiliki pengertian semua yang berkaitan dengan bagaimana pengguna berinteraksi dengan *website* atau aplikasi. Di dalam *User Interface* terdapat antarmuka seraca visual dan interaksi yang dibuat untuk memudahkan pengguna menggunakan *website* tersebut. Diantaranya seperti tombol, menu, tampilan, warna, animasi, teks, dan elemen lain (Shneiderman, & Plaisan, 2010).

Sedangkan, Desain *user interface* sendiri merupakan sebuah proses merancang serta mengembangkan tampilan visual antarmuka sehingga membuat penunjung merasa lebih mudah serta nyaman dalam melakukan interaksi dengan sistem yang dalam hal ini adalah *website* (Shneiderman, & Plaisan, 2010). Desain *user interface* juga termasuk dalam antisipasi apa yang mungkin perlu dilakukan pengunjung dan memastikan bahwa

desain *user interface* memiliki objek yang dapat dengan mudah untuk diakses, dan dipahami, oleh para pengguna.

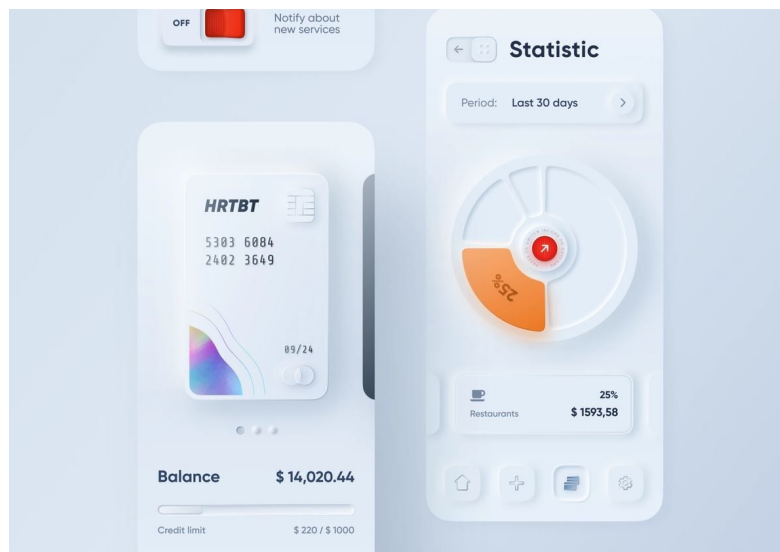
Perkembangan desain *user interface* mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pengguna. Dari awal penggunaan tampilan pada komputer sampai sekarang, *User Interface* adalah salah satu aspek yang krusial dalam proses pengembangan situs web. Pada perkembangannya *User Interface* pertama kali dilakukan pada sekitar tahun 1970. Dimulai ketika pengembangan system operasi seperti Apple Lisa dan Xerox Star mulai mengembangkan antarmuka dengan berbasis grafis. Hingga pada era 2000-an yang mana mulai maraknya ponsel pribadi, desain *User Interface* terus semakin berkembang karena meruapakan dan menjadi salah satu bagian penting dalam sebuah teknologi. UI harus memperhatikan visual, tata letak, navigasi, dan interaksi dengan pengguna. Selain itu, pengembangan UI juga harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan, dan keamanan (Norman, 2013).

Tren *user interface* seperti tren lainnya terus berubah sesuai dengan keinginan pasar. Tren UI berubah dari tampilan antarmuka yang meniru objek nyata yang rumit dan penuh menjadi antarmuka minimalis dengan layer yang datar dan objek yang sederhana. Keinginan pasar mengenai desain *user interface* memang berkembang dengan cepat, namun hal tersebut perlu diperhatikan agar *user interface* tetap sesuai dan disukai oleh pengguna. Desain *user interface* sangat dibutuhkan karena berdasarkan penelitian yang dilakukan hanya memerlukan waktu sekitar 50 milidetik atau 0,05 detik bagi pengunjung dalam membentuk opini tentang *website* guna menentukan pengguna akan tetap membuka web tersebut atau memilih untuk meninggalkannya. (Lindgaard dkk, 2006). Oleh karena itu, desain UI yang baik dan mengikuti tren menjadi salah satu penentu pengunjung akan tetap bertahan. Dalam beberapa tahun belakangan terdapat beberapa trend desain *user interface* seperti:

A. *Neumorfism*

Neumorfism menggabungkan minimalis desain datar dengan realisme skeuomorfisme. Pada tampilan atau desain ini menyajikan sebuah desain yang lebih lembut, flat, dan menonjol. Istilah "*Neumorfism*" pertama kali diciptakan oleh Michał Malewicz, Direktur Kreatif dan CEO Hype4, tepatnya pada tahun 2019, setelah melihat pandangan baru tentang skeuomorfisme dalam desain Dribbble dan Behance. Neumorphism secara harfiah berasal dari kata "*New skeuomorphism*". Tren UI ini juga disebut "UI lembut" karena karakteristik kontrasnya yang rendah.

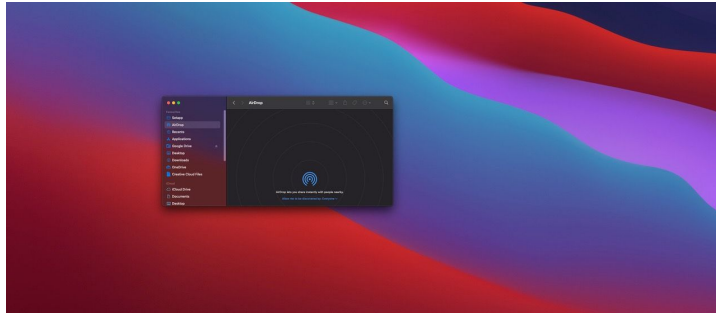
Neumorphism menggunakan bayangan dan gradien untuk mencapai tampilan tiga dimensi, menghasilkan desain antarmuka yang rapi dan segar. Elemen penting neumorfisme adalah pada kontras rendah, skema warna monokromatik, serta menggunakan bayangan halus. Desain *Neumorphism* membuat penggunaannya seakan-akan merasakan langsung tombol yang ingin disentuh dan digunakan, karena pada desain mode ini tombol dan simbol-simbol menggunakan bayangan yang membuat kesan menonjol dan menjadi tiga dimensi. Di bawah ini merupakan salah satu contoh desain UI *Neumorphism* pada sebuah aplikasi ponsel.



Gambar 8. Tampilan UI dengan tema *neumorphism*
(Sumber: Interaction Design, 2023)

B. *Glassmorphism*

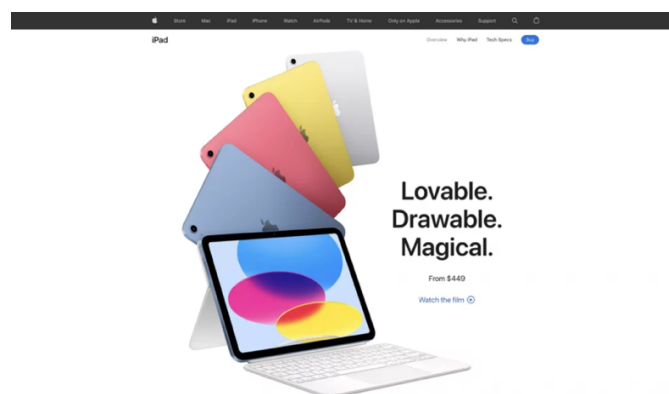
Tren berikutnya adalah *Glassmorphism*. Secara singkatnya *Glassmorphism* sendiri merupakan sebuah tren UI di mana elemen desain memiliki tampilan tembus pandang seperti kaca, namun memiliki kesan buram. . Gaya desain ini menciptakan tampilan yang elegan, modern, dan estetik dengan menggunakan efek blur dan refleksi cahaya. Blur pada latar belakang pertama kali diperkenalkan secara luas pada tahun 2013 dengan iOS 7 dari Apple. Desain *blur* atau buram pada waktu itu menjadi perbincangan. Namun, ternyata model desain tersebut kini disukai oleh banyak orang. Selanjutnya, gaya desain UI ini terus menjadi populer setelah Apple memperbarui macOS Big Sur pada tahun 2020. *Glassmorphism* menawarkan daya tarik visual yang menarik, cantik, dan minimalis.



Gambar 9. Tampilan UI dengan tema *glassmorphism*
(Sumber: Interaction Design, 2023)

C. *Minimalism*

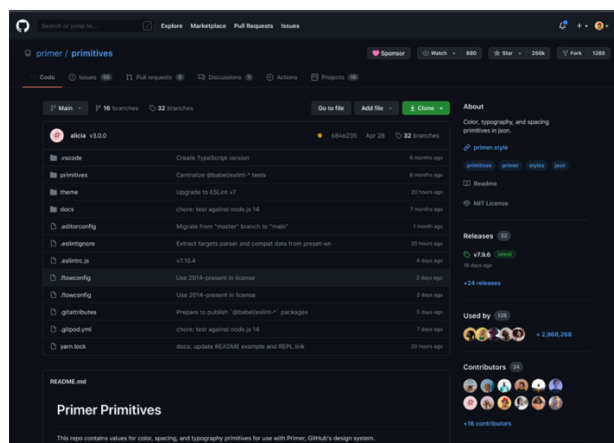
Minimalism merupakan tren yang mengusung desain dengan kesederhanaan. *Minimalism* memiliki ciri desain yang minimalis dengan menggunakan elemen-elemen yang jelas, tipografi yang bersih, dan tata letak yang cukup luas. Tren minimalis didasarkan pada prinsip utamanya adalah “*Less is more.*” Minimalisme bukanlah sekedar desain yang kosong dan meletakkan sesuatu secara sedikit mungkin, melainkan menggunakan lebih sedikit elemen untuk mengurangi kerumitan, dan memberi lebih banyak perhatian pada hal yang paling penting.



Gambar 10. Tampilan UI dengan tema *minimalism*
(Sumber: 300 Mind Studio, 2023)

D. *Dark Mode*

Bila diterjemahkan dark mode memiliki arti yakni mode gelap. Memang begitulah konsep desain ini, yang mana mengusung visual yang gelap dengan warna dominan hitam. Desain *dark mode* mengurangi pencahayaan yang dipancarkan oleh layar perangkat. Selain membuat mata tidak cepat lelah dengan melihat sesuatu yang terlalu terang, adanya dark mode juga membantu agar ponsel maupun computer dapat menghemat daya. Tren ini muncul salah satunya pada tahun 2016 ketika Twitter bereksperimen dengan skema warna terang-gelap.



Gambar 11. Tampilan UI dengan tema *dark mode*
(Sumber: Dribbble, 2023)

E. *Bauhaus Style*

Bauhaus Style memiliki ciri khas menampilkan grafik geometris seperti setengah lingkaran, persegi panjang, segitga, dan yang lainnya. Sejarah desain ini dimulai pada gerakan seni dan desain Bauhaus yang dimulai pada tahun 1919 di Weimar, Jerman. Prinsip dasar Gerakan Bauhaus adalah “Bentuk mengikuti fungsi” atau dalam Bahasa Inggris “*Form follows function*”. Bentuk geometris sederhana dirancang berdasarkan fungsi atau tujuan untuk digunakan pada sebuah objek, sehingga menghasilkan estetika minimalis yang juga bisa indah. Desain *user interface* dengan gaya Bauhaus memiliki

daya tarik visual yang elegan, modern, dan bersih serta memiliki daya tarik tersendiri.



Gambar 12. Tampilan UI dengan tema *Bauhaus*
(Sumber: Dribbble, 2023)

Masih banyak tren dari desain UI yang ada saat ini. Namun, kebanyakan desain saat ini mulai mengarah pada sesuatu yang rapih, sederhana, dan fokus pada fungsionalitas. Selain dari tren, desain UI juga harus memperhatikan aspek lain. Desain *User Interface* merupakan bagian dari desain komunikasi visual. Layaknya desain lainnya UI juga tentunya harus memperhatikan kaidah-kaidah yang ada pada desain komunikasi visual. Seperti kejelasan, kesederhanaan, konsistensi, dan keselarasan dan sebagainya. Selain itu, desain UI juga harus memperhatikan trend saat ini, konsistensi dan kesederhanaan, serta mempertimbangkan kemudahan navigasi dan interaksi.

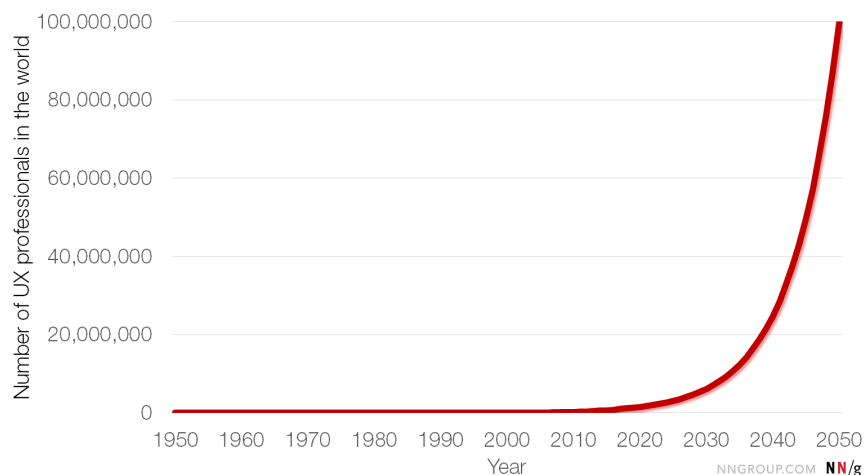
2.2.5 User Experience

User Experience (UX) merupakan pengalaman keseluruhan yang dirasakan para pengunjung saat berinteraksi dengan aplikasi, sistem, atau layanan. UX melibatkan aspek-aspek seperti tampilan visual, interaksi, kegunaan, serta emosi dan persepsi yang muncul selama penggunaan. Secara pengertian *User Experience* merupakan persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa (ISO, 2010). Sejarah Dari UX sendiri cukup luas serta memiliki beberapa versi.

Salah satunya adalah dimulai pada tahun 1990-an, Alan Cooper memperkenalkan konsep "*User Experience*" dalam bukunya yang berjudul "*The Inmates Are Running the Asylum*". Cooper melihat pentingnya memahami pengguna atau user dan melibatkan mereka untuk desain produk (Cooper, 1999). Dari situ lah inti *user experience* muncul dan mulai diperhatikan. Selanjutnya juga Norman memperkenalkan istilah "*User experience*" (UX) untuk pertama kalinya pada tahun 1995 mengenai penelitian dan aplikasi antarmuka manusia (Norman dkk, 1995). Menurut Norman, pemahaman akan kebutuhan pengguna adalah inti dari UX yang baik dan ideal.

User experience sendiri berbeda dengan *user interface*, namun keduanya biasanya saling mempengaruhi satu sama lain. *User interface* (UI) adalah elemen visual dan interaksi langsung antara pengguna dan sistem. Sedangkan, UX mencakup pengalaman keseluruhan pengguna saat berinteraksi dengan produk atau sistem. Fokus dari UX merupakan pada bagaimana pengguna merasakan, memahami, dan berinteraksi dengan produk. Sedangkan, UI berfokus pada tampilan, tata letak, dan interaksi antarmuka pengguna (Neumeier, 2020).

User Experience juga merupakan salah satu unsur krusial pada setiap *website* atau aplikasi. Dijelaskan pada sebuah laporan yang dilakukan tahun 2023 mengatakan bahwa 69% orang setuju bahwa user experience desain memiliki pengaruh signifikan terhadap kemajuan sebuah bisnis. Serta, 98% percaya bahwa UX desain akan semakin populer pada masa depan (UX Trend Report, 2023).



Gambar 13. Perkembangan karir UX dari masa ke masa
(Sumber Nielsen Norman Group, 2017)

Berdasarkan data dari Nielsen Norman Group menunjukkan perkiraan karir *user experience* akan menunjukkan kenaikan yang signifikan. Dimulai pada tahun 2010, karir UX mulai menunjukkan peningkatan grafik. Data tersebut menunjukkan bahwa *user experience* benar-benar dianggap penting dan serius oleh dunia profesional. UX sejalan dengan UI telah mempengaruhi perkembangan desain tampilan hingga saat ini. Penerapan UX sendiri cukup berpengaruh pada pengembangan sebuah *website*, karena UX sendiri didasarkan pada riset dan umpan balik (*feedback*) dari pengguna. Sesuai dengan salah satu tujuan dari *user experience* adalah untuk memudahkan pengguna. Selain itu, berikut merupakan hal yang membuat *user experience* penting untuk diterapkan:

a. Meningkatkan Kepuasan

User Experience sendiri penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Sesuai dengan namanya yakni pengalaman pengguna, UX sendiri memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kepuasan seseorang yang mengakses aplikasi atau web tertentu. UX membuat tampilan dan navigasi yang sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan tujuan pengguna. Dengan dibuatnya tampilan yang sesuai dengan

permintaan pengguna, tentunya akan meningkatkan kepuasan pengguna.

b. Efisiensi

Dengan penerapan *user experience* yang baik dapat meningkatkan efisiensi penggunaan dalam mengakses aplikasi maupun *website*. UX memiliki prinsip untuk memudahkan perjalanan pengguna dalam sebuah aplikasi atau *website*. Pada penerapannya navigasi dibuat semudah mungkin sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sehingga pengguna akan lebih mudah sampai ketujuan yang diinginkan, lebih mudah menyelesaikan tugas, dan menemukan sesuatu yang dibutuhkan. Oleh karena itu, dengan penerapan UX dapat menghasilkan efisiensi utamanya efisiensi waktu bagi pengguna yang akan mengakses.

c. Meningkatkan Reputasi

Sebuah *website* atau aplikasi dengan tampilan yang buruk tentu akan menimbulkan persepsi buruk dari pengguna. Selain itu, tampilan yang buruk juga membuat pengguna merasa malas dan tidak percaya dengan *website* atau aplikasi yang digunakan. Penerapan UX menghasilkan tampilan dan navigasi yang baik. Dengan adanya penerapan tersebut membuat *website* menjadi baik dan tentunya lebih dipercaya pengguna. Penerapan UX yang baik juga memberikan penanganan yang baik terhadap masalah pengguna sehingga menciptakan respon positif bagi pengguna.

d. Mempermudah Penggunaan

User Experience (UX) memiliki fokus yang ditujukan untuk mempermudah penggunaan produk atau layanan yang disediakan. Hal ini dicapai melalui pengembangan desain yang intuitif, navigasi yang jelas, dan antarmuka yang ramah pengguna. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pengalaman berinteraksi yang lancar, efisien, dan bebas dari kendala yang mungkin dihadapi pengguna.

Sama dengan poin efisiensi UX membantu mempermudah pengguna dengan menerapkan navigasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.

e. Meningkatkan Konversi

Dengan menerapkan UX yang baik dapat meningkatkan konversi lebih dari hanya sekedar mengunjungi *website* atau aplikasi. Konversi dalam hal ini adalah misalnya, pembelian produk, dan pendaftaran. Konversi artinya pengunjung tak hanya sekedar melihat atau mengunjungi saja, namun juga melakukan kegiatan lainnya yang menguntungkan. Melalui penyediaan pengalaman yang memenuhi harapan pengguna, Dengan mengutamakan kepuasan dan kebutuhan pengguna, UX bertujuan untuk menciptakan ikatan yang kuat dan berkelanjutan, yang berdampak positif terhadap loyalitas pengguna dan kesuksesan jangka panjang suatu produk atau layanan (Nielsen, & Loranger, 2006).

2.2.6 WordPress

WordPress merupakan salah satu *platform content management system* yang memiliki sifat *open-source* yang artinya pengguna dapat melakukan modifikasi atau perubahan sesuai dengan kebutuhan. WordPress adalah salah satu *platform* paling populer untuk membangun situs web. WordPress awalnya dikembangkan sebagai *platform* blogging, tetapi kemudian berkembang menjadi sebuah *platform* pengembangan *website* yang cukup canggih dan WordPress juga bisa digunakan dalam membuat berbagai jenis *website* seperti situs web untuk perusahaan, toko online, dan banyak lagi.

WordPress adalah sebuah *platform open source* untuk pembuatan dan manajemen *website*. Matt Mullenweg dan Mike Little menjadi pengembang awal WordPress, karena mereka mengalami kesulitan dalam melakukan *publishing online* setelah *platform* B2 ditutup. Kini WordPress telah menjadi salah satu CMS (*Content Management System*) terpopuler yang dipakai di seluruh dunia untuk membangun berbagai

website, mulai dari blog pribadi hingga *website* bisnis dan pendidikan. Kemudian WordPress terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Pembaruan-pembaruan terus dilakukan oleh Wordpress seperti penambahan fitur yang dapat merubah tampilan, banyaknya *template* tema, serta ribuan plugin yang dapat membantu mengelola *website* (Onki, 2021).

WordPress sendiri juga dapat digunakan secara gratis dengan menginstal langsung pada domain yang akan digunakan. Begitu pula dengan plugin dan tema yang ada di dalamnyaapun terdapat versi gratis yang dapat digunakan oleh pengembang *website*. Dengan beberapa kelebihan WordPress tersebut membuat banyak pengembang *website* memilih WordPress menjadi *platform* conten management system mereka. Selain beberapa kelebihan tersebut, berikut merupakan kelebihan dari CMS WordPress:

- a). WordPress mudah digunakan. Hal tersebut karena tampilan dari WordPress yang user-friendly dan mudah dimengerti. Pengguna WordPress tak harus handal dan menguasai bahasa pemrograman untuk dapat membangun dan mengembangkan *website*.
- b). Memiliki komunitas dan pengguna yang besar. Dengan adanya komunitas dan pengguna yang banyak maka hal tersebut dapat membantu pengguna lain bila terdapat pertanyaan atau bug tertentu. Dengan banyaknya pengguna juga dapat membuktikan bahwa WordPress merupakan CMS yang terpercaya.
- c). Fleksibel. WordPress dapay dengan mudah memilih tema, plugin, dan mengunggah konten dengan mudah secara cepat. Dengan begitu dapat membantu pengembang *website* dalam efisiensi waktu dan tenaga yang dibutuhkan.
- d). SEO Friendly. CMS WordPress termasuk kedalam salah satu CMS yang memiliki fitur SEO yang baik. Mulau dari link yang baik dan dapat dirubah sesuai keinginan, fitur dala pembuatan konten yang dapat membantu SEO, serta terdapat banyak plugin yang betujuan untuk memaksimalkan SEO (Rosenborg, 2018).

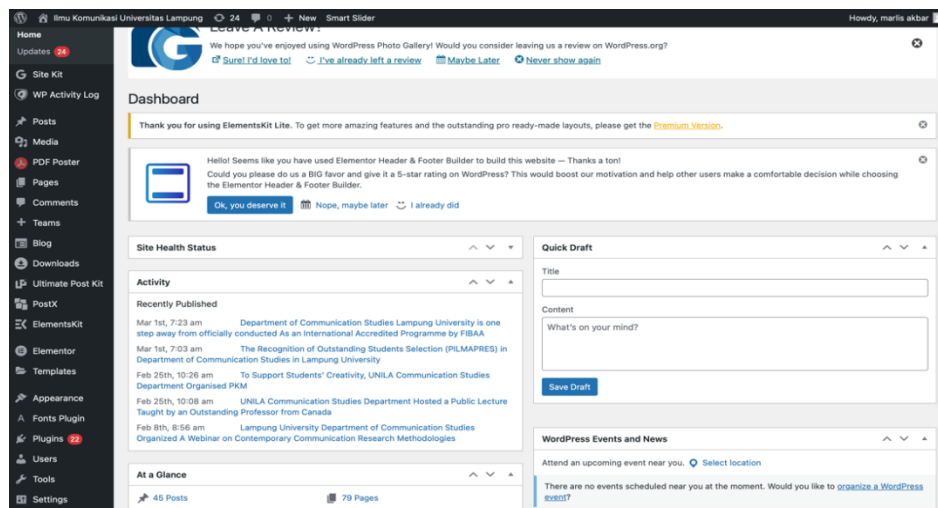
Selain kelebihan, tentunya WordPress juga memiliki kelemahannya sebagai CMS. Hal tersebut menjadi wajar mengingat WordPress sendiri merupakan CMS yang sifatnya murah bahkan gratis untuk digunakan. Berikut merupakan beberapa kelemahan dari WordPress:

- a). Keamanan yang lemah. Sebagai *platform* yang digunakan oleh banyak pengguna tentu saja hal ini menjadi rentan oleh sasaran para pembajak. Selain itu terlalu banyak pengembang plugin juga membuatnya rawan disusupi oleh virus dan lain sebagainya. Selain itu, banyak celah pula dalam CMS WordPress yang berbahaya untuk keamanan *website*.
- b). Terlalu berpatokan dengan plugin dan tema. Banyaknya plugin dan tema dalam WordPress memang menjadi hal yang baik, namun juga sebaliknya. Dengan terlalu banyaknya plugin dan tema malah membuat pengguna hanya terlalu mengandalkan plugin dan tema tanpa adanya pembaruan berdasarkan riset dan kreativitas.
- c). Performa yang cenderung lambat. Hal ini masih dipengaruhi pula oleh plugin dan tema, yang mana terlalu banyaknya plugin dan tema membuat penyimpanan menjadi tidak optimal sehingga dapat memperlambat *website*. Selain itu juga sering terjadi kesalahan konfigurasi pada server juga dapat mempengaruhi performa *website* (Lerdorf & Tatro, K. 2013).

Dari penjelasan mengenai kelebihan dan kekurangan tersebut dapat diketahui bahwa kenapa banyak pengguna memilih CMS WordPress. Layaknya CMS lain WordPress memiliki kekurangan, namun kekurangan tersebut dapat dikatakan mudah untuk ditangani, serta WordPress masih memiliki kelebihan yang sulit didapatkan pada CMS lain. WordPress sendiri masih menjadi salah satu CMS yang paling efisien, mudah, dan murah untuk digunakan.

WordPress sendiri banyak membantu dalam proses membangun dan pembaruan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Mulai dari penerapan desain UI, pembuatan *header* dan *footer*,

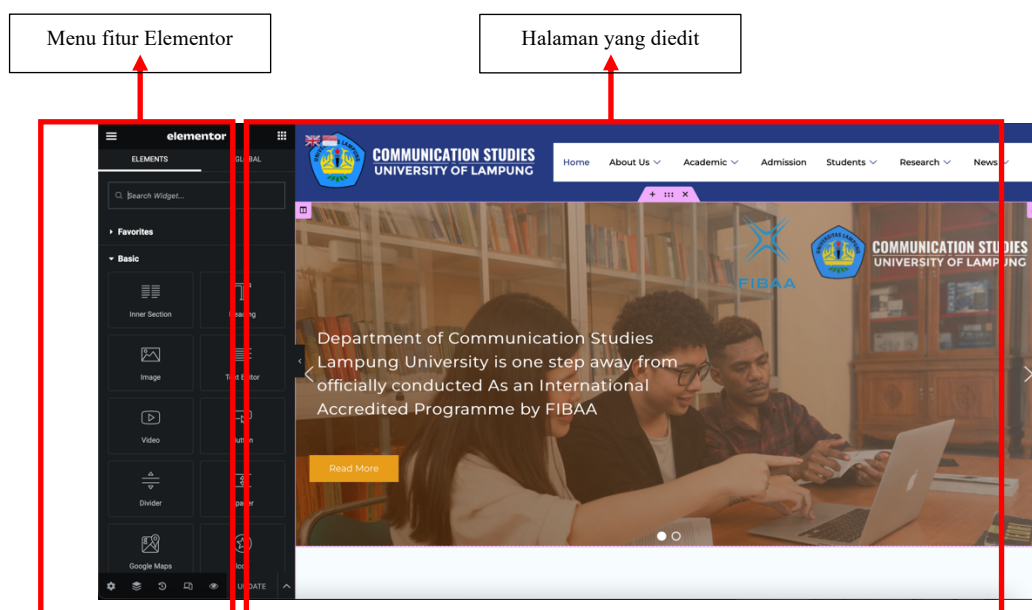
mengunggah konten, serta beberapa perawatan dan pembaruan *website*. Semua dapat dilakukan dengan mudah menggunakan *platform* WordPress. Penggunaan *platform* WordPress juga sebagian besar gratis, sehingga lebih efisien dari segi dana.



Gambar 14. Tampilan WordPress pada *website* Ilmu Komunikasi
(Sumber: diolah peneliti)

Gambar 14 menunjukkan bagaimana tampilan CMS WordPress pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi. WordPress memiliki tampilan yang sederhana dengan navigasi utama ada pada side bar seperti *post*, *plugin*, *pages*, *media*, dan sebagainya. Tampilannya yang mudah membuat CMS ini menjadi user friendly atau ramah bagi pengguna. Hampir seluruh fitur yang disediakan oleh WordPress digunakan dalam pengembangan *website* jurusan Ilmu Komunikasi. Selain fitur yang telah disediakan, pengembangan juga dibantu oleh plugin.

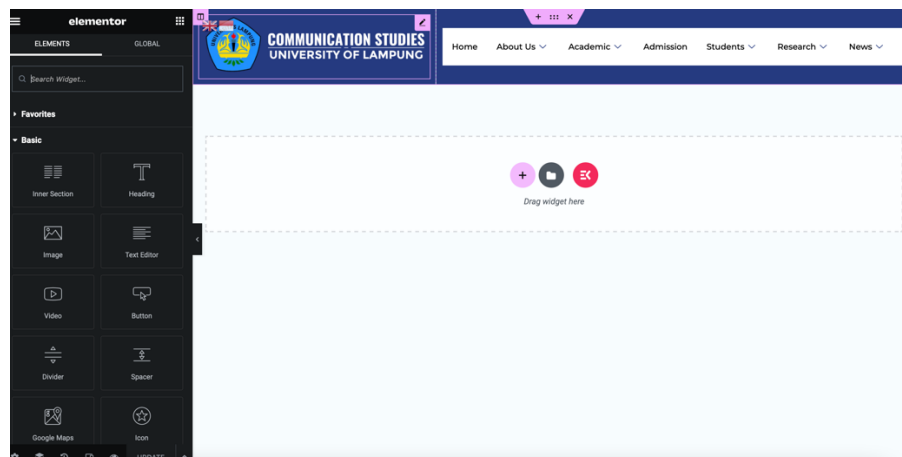
Salah satu plugin yang sangat berguna dalam membangun *website* Jurusan Ilmu Komunikasi adalah Elementor. Elementor adalah plugin yang memudahkan pengguna untuk membuat tampilan dan layout *website* secara visual dan interaktif dengan sedikit penggunaan dan bahkan tanpa perlu menggunakan kode bahasa pemrograman. Plugin merupakan salah satu kelebihan dari WordPress yang membuatnya mudah digunakan.



Gambar 15. Tampilan Elementor dalam membangun *Landing Page*
(Sumber: diolah peneliti)

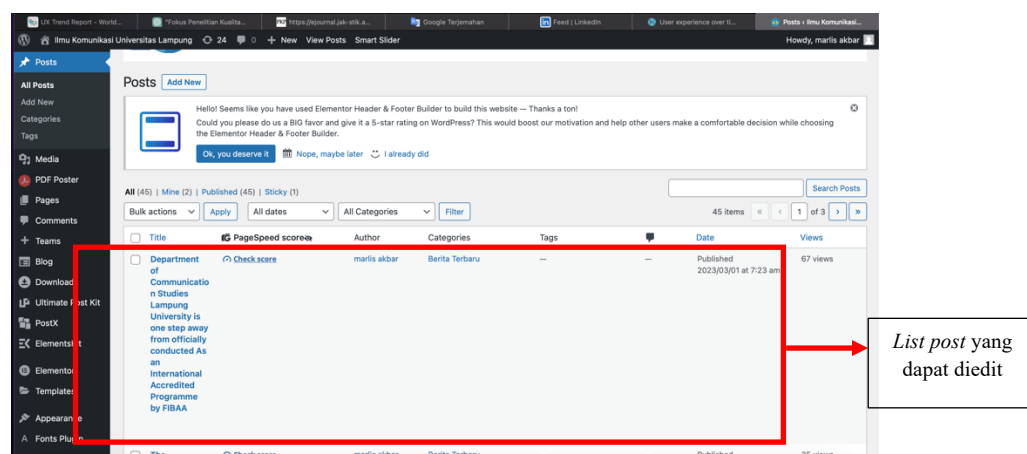
Landing Page atau halaman depan dari *website* Jurusan Komunikasi adalah salah satu halaman yang menggunakan penuh Elementor dalam proses membangunnya. Elementor membantu dari mulai pembuatan slider yang berada pada bagian atas *landing page*, *slider* ini juga dikenal sebagai *hero*. Setelah itu, objek-objek seperti menu, layout, body, bahkan *font* juga dibangun menggunakan Elementor. Tampilan Elementor hampir mirip dengan WordPress, yang mana berbasis side bar untuk meletakkan fiturnya.

Fitur di dalam Elementor dapat dibidang lengkap diantaranya adalah text, image atau gambar, *icon*, *section*, *button*, dan masih banyak lagi. Tak hanya sebatas pada body dan layout saja, Elementor juga dapat meng-custom dan membangun bagian *header* dan *footer website*. Elementor menjadi salah satu plugin *website* builder yang memiliki banyak fitur dan bersifat *open source* yang dalam artian dapat melakukan banyak hal.



Gambar 16. Tampilan Elementor dalam membangun header & footer
(Sumber: diolah peneliti)

Fitur pengeditan *header* dan *footer* pada Elementor sendiri membebaskan penggunaannya untuk dapat membangun sesuai dengan desain sendiri. Namun hal tersebut dibatasi oleh fitur yang tersedia. Bila fitur yang dimau tidak tersedia, Elementor juga menyediakan custom CSS yang dapat diedit melalui kode atau Bahasa pemrograman CSS. Dengan *header* dan *footer* editor ini salah satu yang dapat dilakukan adalah memasukan dan mengedit posisi logo *website* dan memberikan informasi tambahan.



Gambar 17. Tampilan menu posts pada WordPress
(Sumber: diolah peneliti)

Dan fitur utama sesuai dengan tujuan CMS adalah fitur *posts*. Fitur *posts* merupakan fitur yang membantu pengelola *website* untuk mengunggah konten yang dapat berupa artikel, berita, gambar, video, dan sebagainya. Fitur ini juga sederhana, yang mana pengguna hanya perlu menulis atau memasukan video/foto yang ingin diunggah. Setelah itu konten otomatis terunggah pada halaman baru. Dalam fitur ini juga pengguna dapat dengan mudah melihat post apa saja yang telah diunggah yang ditampilkan pada daftar post dan beberapa tindakan yang dapat dilakukan seperti hapus, edit, dan melihat *pre-view*.

Selain fitur-fitur yang telah dijelaskan tersebut masih banyak fitur-fitur yang tersedia dalam WordPress. Fitur yang ada tersebut membantu pengguna dalam membangun *website*. Selain fitur yang membantu terdapat pula tema untuk keseluruhan tampilan *website* yang tersedia. Oleh karena itu, banyak Lembaga maupun perorangan yang menjadikan WordPress sebagai CMS pilihan untuk websitenya. Diluar dari kelemahan yang telah dijelaskan sebelumnya, kelebihan yang dimilikinya membuat banyak pengguna memilih WordPres

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe dan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan pendekatan atau cara sistematis dan terstruktur untuk melakukan suatu penelitian untuk mengumpulkan, menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Pada penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang saat ini berlaku (Mardalis, 2006). Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara sistematis dan terperinci. Dalam penelitian deskriptif, peneliti tidak menguji hipotesis atau menyimpulkan penyebab dan akibat dari suatu fenomena, melainkan lebih berfokus pada pengumpulan dan analisis data untuk memberikan penjelasan yang akurat tentang suatu fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif cocok untuk digunakan pada situasi-situasi di mana peneliti ingin memperoleh gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti (Creswell, 2014).

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang berguna untuk meneliti kondisi objek alamiah, yang mana peneliti merupakan instrumen kunci atau utama (Sugiyono, 2005). Metode penelitian ini cocok digunakan untuk penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, sebagai contohnya perilaku, motivasi, tindakan, persepsi, dan lain-lain (Creswell, 2014).

Sehingga, penelitian deskriptif kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfungsi memberikan gambaran yang mendalam dan terperinci tentang suatu fenomena. Peneliti dalam penelitian deskriptif kualitatif berusaha untuk

memahami pengalaman, perspektif, dan pandangan subjek atau partisipan yang terlibat dalam fenomena yang diteliti (Miles & Huberman, 2014).

Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman serta perilaku manusia yang didasarkan oleh opini manusia (Polit & Beck, 2004). Dalam metode studi kasus penelitian dilakukan secara lebih mendalam yang bertujuan untuk memahami serta melakukan analisis fenomena yang akan diteliti dalam konteks nyata. Dalam studi kasus biasanya melibatkan pengumpulan data dari satu kasus tunggal atau bahkan beberapa kasus yang terbatas, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang situasi yang sedang diteliti. Penelitian studi kasus cocok digunakan dalam berbagai bidang, seperti pada penelitian ini (Yin, R, 2014).

Pada penelitian studi kasus umumnya fokus pada konteks yang spesifik, sehingga temuan pada penelitian menjadi lebih terbatas dan terfokus. Hal ini juga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis dengan lebih mendalam dan terperinci tentang konteks yang diteliti dan menggali aspek-aspek yang mungkin terlewatkan dalam penelitian yang sifatnya luas.

Penelitian ini meneliti tentang masalah pada ranah Desain Komunikasi Visual utamanya tentang *Hick's Law* yang berhubungan dengan tampilan *interface*. Sehingga, penelitian ini menggunakan kaidah dan metodologi yang sesuai dengan metodologi penelitian Desain Komunikasi Visual. Dalam metode penelitian Desain Komunikasi Visual dilakukan dengan meneliti, menelaah, mengumpulkan, menciptakan, dan mencari fakta mengenai produk desain/visual. Dalam hal ini peneliti terlibat dalam penciptaan dan menelaah produk desain yang berupa tampilan *user interface website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Penciptaan tersebut bertujuan untuk mencari solusi dari produk sebelumnya yang dapat mengembangkan objek atau produk sebelumnya.

Dengan pendekatan dan metode yang dipilih tersebut nantinya akan dapat menjelaskan secara detail dan mendalam mengenai penerapan *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian sendiri berisi paparan atau penjelasan serta cakupan topik-topik yang akan diungkap serta digali selama penelitian. Fokus penelitian menjadi penting karena dapat membantu peneliti dalam merancang, mengarahkan pengumpulan data, analisis data, serta dalam membahas hasil penelitian. Pada sebuah penelitian kualitatif, peneliti dapat menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, juga studi kasus untuk mengumpulkan data yang bersifat deskriptif dan naratif. Sehingga fokus penelitian sangat dibutuhkan agar bahasan penelitian tidak terlalu melebar dan memiliki batasan serta fokus yang jelas.

Fokus utama dari penelitian ini adalah mengkaji perubahan desain dan tampilan pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dengan menerapkan prinsip *Hick's Law*. Penelitian ini nantinya dapat memberikan pemahaman yang lebih rinci tentang bagaimana prinsip *Hick's Law* dapat diterapkan dalam meningkatkan tampilan dan optimalitas *website* Jurusan Ilmu Komunikasi.

3.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer adalah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara) baik secara perorangan maupun kelompok. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari pihak kedua atau lebih yang bukan didapatkan langsung oleh peneliti. Data ini dapat menjawab secara terperinci masalah dari penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang utama adalah observasi dan juga dokumentasi dari proses mengembangkan *website* tersebut. Serta dilengkapi dengan wawancara untuk menemukan sudut pandang yang lebih objektif. Selain itu juga dilengkapi dengan menggunakan literatur penelitian sebelumnya baik berupa jurnal maupun skripsi yang memiliki topik bahasan sejenis atau mirip, juga disertai dengan beberapa buku dengan bahasan yang sama.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti mendapatkan serta menghimpun data yang digunakan untuk penelitian nantinya. Teknik pengumpulan data biasanya dipilih sesuai metode penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini metode yang dipilih adalah kualitatif sehingga penumpulan datanya harus spesifik serta mandalam. Berdasarkan sumber data yang dipilih ini pengumpulan data difokuskan pada observasi dan dokumentasi serta wawancara.

3.4.1 Observasi

Observasi merujuk pada metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan secara langsung terhadap kejadian atau perilaku di dalam suatu konteks atau lingkungan spesifik. Tujuan dari metode ini yakni untuk mendapatkan informasi dan data tentang fenomena yang akan diteliti. Metode observasi sendiri dapat dibagi menjadi dua yakni observasi partisipan serta observasi non-partisipan. Pada penelitian ini digunakan metode observasi partisipan, yang mana observasi dilakukan ketika peneliti terlibat secara langsung pada kegiatan atau kehidupan yang sedang diamati (Bogdan & Biklen, 2014). Observasi merupakan satu langkah awal yang dilakukan penelitian ini.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini berjalan sekitar 3 bulan lamanya. Peneliti terlibat langsung dalam pembaruan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Peneliti merupakan salah satu dari tim pengembang *website* Jurusan Ilmu Komunikasi. Proses tersebut dimulai dengan pengamatan dan evaluasi pada *website* dengan desain yang lama, hingga pembuatan dan penerapan desain terbaru yang salah satunya menggunakan prinsip *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama melakukan kegiatan tersebut peneliti mendapatkan banyak informasi yang dapat menunjang penelitian. Mulai dari bagaimana kekurangan, pengembangan, dan penyempurnaan desain hingga menjadi

desain final yang diterapkan saat ini. Dengan menggunakan observasi partisipan yang dilakukan langsung oleh peneliti, akan menghasilkan data yang akurat dan lengkap.

3.4.2 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi merupakan teknik yang mengumpulkan data dan informasi berdasarkan dokumen tertulis, catatan, foto, video, rekam atau tangkapan layar, arsip serta sumber data non-interaktif lain yang relevan dan membantu dalam teknik penelitian (Bogdan & Biklen, 2007). Teknik dokumentasi digunakan untuk memberikan wawasan lebih lanjut serta pandangan terkait penelitian yang berkaitan dengan topik. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan menjadi lebih lengkap dan terperinci. Dan yang terpenting adalah dengan adanya dokumentasi dapat melihat dan mengamati proses yang terjadi selama penelitian seperti proses terjadinya perubahan atau perkembangan pada objek yang diteliti dari masa ke masa.

Pada penelitian ini, data didapatkan dengan mengambil dokumentasi selama proses pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Unila yang dilakukan oleh peneliti selama. Dokumentasi didapatkan dari perubahan *website* awal hingga terjadinya penerapan tampilan yang baru.

3.4.2.1 Klasifikasi Dokumen

Dalam pengumpulan data dokumentasi pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi terdapat beberapa kriteria atau klasifikasi yang diperlukan sebagai berikut:

1. Dokumentasi perubahan tampilan dari desain awal dan desain yang telah diterapkan.
2. *User flow* dan *site map website*
3. *Software/aplikasi* yang digunakan dalam membangun *website*.

3.4.3 Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk interaksi sosial yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, di mana satu orang yang merupakan peneliti bertanya dan orang lainnya yang menjadi narasumber dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan (Bungin, 2013). Dengan dilakukannya wawancara peneliti mendapatkan informasi yang lebih akurat, detail, dan mendalam. Hal ini dikarenakan peneliti dapat menggali lebih terperinci kepada informan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan saat wawancara sesuai dengan fokus penelitian.

Wawancara menjadi salah satu metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini. Wawancara dibutuhkan agar mendapatkan informasi langsung dari informan yang terlibat dan memahami fenomena yang sedang diteliti. Dengan dilakukannya wawancara, peneliti dapat memahami perspektif informan terhadap fenomena yang diteliti. Peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pandangan, sikap, dan nilai dari topik penelitian. Wawancara juga melengkapi data dari observasi yang dilakukan selama penelitian ini. Karena dengan sumber observasi maupun literatur saja tentunya data yang didapatkan akan kurang lengkap.

Metode wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah *In Depth Interview*. *In Depth Interview* adalah salah satu teknik wawancara yang difokuskan pada pengalaman, keyakinan, sikap, dan pandangan individu dalam konteks kehidupan mereka sehari-hari. Wawancara ini biasanya dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara terstruktur atau semi-terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih mendalam. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan menggunakan panduan pertanyaan yang telah dibuat. Namun, nantinya akan ada improvisasi dari peneliti untuk melengkapi dan mendapatkan data yang lebih detail.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan langsung kepada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, serta untuk menambahkan perspektif dan penjelasan yang lebih rinci dan luas juga dilakukan wawancara kepada profesional dibidang UI/UX desain. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun dilaksanakan secara daring bila informan tidak dapat ditemui secara langsung karena perbedaan wilayah maupun keterbatasan waktu.

3.4.4 Penentuan Informan

Informan merupakan sumber utama bagi setiap penelitian. Informan bertugas memberikan informasi tentang fenomena atau kasus yang akan diteliti. Informan sendiri dapat berupa perorangan (individu), kelompok, bahkan organisasi yang memiliki kaitan serta menunjang dalam proses penelitian. Informan dianggap sebagai ahli yang memiliki pengalaman atau pengetahuan tentang fenomena yang sedang diteliti. Peneliti kualitatif berusaha untuk memilih informan yang dapat memberikan wawasan yang kaya dan mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti (Creswell, 2013).

Penentuan dan indentifikasi informan dalam penelitian ini didasarkan pada observasi awal yang sesuai dengan fenomena penelitian, yang mana informan harus paham dengan fenomena yang sedang diteliti. Informan merupakan kunci untuk memperoleh data empiris yang mendalam dan komprehensif dalam penelitian deskriptif. Oleh karena itu, keabsahan data yang diperoleh dari informan sangatlah penting dan harus dapat diandalkan. Berikut merupakan kriteria informan dalam penelitian ini :

- a. Pernah mengakses *website* Jurusan Ilmu Komunikasi dengan versi desain lama dan versi desain terbaru.
- b. Mengerti dan mendalami tentang desain *User Interface (UI)/User Experience (UX)*, serta prinsip-prinsip yang ada di dalamnya.
- c. Pernah bekerja paling tidak 1 tahun sebagai UI/UX Desainer atau jabatan sejenis

d. Bersedia untuk dimintai informasi dan wawancara.

Berikut merupakan beberapa informan yang diharapkan memberikan Informasi dan diwawancarai guna mendukung penelitian :

Tabel 7. Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Tujuan
1	Muhamad Erza Novalado	Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung	Untuk mendapatkan informasi bagaimana pendapat dari sudut pandang <i>user</i> mengenai perubahan yang terjadi setelah pembaruan <i>website</i> .
2	Anindya Putri Marani	Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung	Untuk mendapatkan informasi bagaimana pendapat dari sudut pandang <i>user</i> mengenai perubahan yang terjadi setelah pembaruan <i>website</i> .
3	Mutia Marcha F	Profesional <i>UI/UX</i> <i>Designer</i>	Untuk memberikan penilaian mengenai desain tampilan pada website Jurusan Ilmu Komunikasi dari sudut pandang profesional oleh <i>UI/UX</i> .
4	Kenisya Fudika	Profesional <i>UI/UX</i> <i>Designer</i>	Untuk memberikan penilaian mengenai desain tampilan pada website Jurusan Ilmu Komunikasi dari sudut pandang profesional oleh <i>UI/UX</i> .

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses dalam mengolah dan menganalisa data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Analisis data menjadi penting dalam setiap penelitian guna membantu mengungkap, menghubungkan, dan mencari makna pada data yang didapatkan sehingga menjadi relevan dengan fokus penelitian. Analisis dalam sebuah penelitian kualitatif yakni melakukan penguraian apa adanya fenomena yang terjadi atau secara deskriptif, dan disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung (Andi Mappiare, 2009). Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

3.5.1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses dalam menyederhanakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan yang berasal dari dokumentasi atau penelitian terdahulu tentunya jumlahnya begitu banyak, sehingga hal tersebut dapat membuat penelitian menjadi lebih rumit. Oleh karena itu, diperlukan reduksi data untuk menghilangkan data yang tidak relevan dan tidak sesuai, sehingga data yang ada untuk diteliti menjadi lebih ringkas dan mudah untuk dikelola dalam proses analisis.

3.5.2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Pada tahap ini peneliti menyajikan data yang sudah diolah sebelumnya untuk dibuat kesimpulan atau temuan serta digunakan untuk tindakan selanjutnya. Tahap penyajian data bertujuan untuk menata data yang sudah direduksi ke dalam suatu bentuk yang mudah dipahami dan memiliki makna bagi penelitian. Hal ini dilakukan untuk mempermudah menafsirkan data dan menyusun temuan yang telah diperoleh. Data akan disajikan dalam bentuk uraian, gambar, tabel dan sebagainya.

3.5.3. Verifikasi/Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam analisis data. Tahap ini bertujuan untuk memastikan hasil analisis yang telah diperoleh dari data benar-benar merefleksikan apa yang terjadi. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan guna memahami makna, penjelasan, serta sebab akibat. Setelah ditarik kesimpulan, pada tahap ini juga dilakukan pengecekan kembali hasil analisis dengan data, mengumpulkan data tambahan untuk memperkuat hasil analisis.

3.6 Triangulasi

Triangulasi adalah penggunaan beberapa metode penelitian untuk memverifikasi temuan-temuan penelitian sehingga memperkuat kepercayaan pada hasil penelitian (Jick, 1979). Teknik ini dilakukan untuk meminimalkan bias dan meningkatkan validitas serta keandalan hasil penelitian. Selain itu, triangulasi juga membantu peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti dan memperoleh konfirmasi data dari berbagai perspektif yang berbeda.

Tujuan dari triangulasi yakni untuk mengidentifikasi perbedaan antara informasi yang diperoleh antar informan, sehingga diperlukan suatu cara untuk menggabungkan perbedaan tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan yang akurat dan tepat. Dalam melakukan triangulasi, peneliti dapat menggunakan beberapa jenis triangulasi salah satunya adalah triangulasi sumber. Teknik ini melibatkan penggunaan beberapa sumber data yang berbeda.

Hal tersebut agar peneliti dapat melakukan perbandingan serta melakukan validasi data yang diperoleh. Dengan membandingkannya peneliti akan mengetahui perbedaan dan persamaan yang membantu menguji tingkat keabsahaan data.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengembangan pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan prinsip *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dilakukan pada beberapa anatomi atau bagian desain tampilan antarmuka .

Beberapa anatomi dan bagian yang mengalami perubahan tersebut antaralain seperti *layout*, *header*, *logo*, *font*, ikon, dan warna, serta pada bagian struktur *user experience* terdapat perkembangan pula pada *user flow* dan *site map*. Penerapan prinsip *Hick's Law* dilakukan dengan melakukan penyederhanaan atau meminimalkan kompleksitas, pengelompokan, membuat hierarki dan navigasi yang jelas, menekankan pada konsistensi, memaksimalkan *white space*, dan menyusun *layout* dengan benar. Dengan begitu *website* dapat menjadi rapih, *simple*, serta lebih indah dan sisi fungsionalitasnya pun juga bertambah.

Berdasarkan penelitian ini juga didapati beberapa kekurangan yang dapat ditingkatkan seperti konsistensi jarak atau spasi pada setiap konten, memperhatikan pemilihan dalam variasi warna seperti penggunaan warna jingga, penggunaan ikon yang lebih diperbanyak, serta variasi desain pada beberapa objek agar tidak terlalu monoton atau kosong.

Penerapan *Hick's Law* pada *website* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung juga berperan dalam konstruksi pesan yang akan sampaikan kepada pengunjung situs web.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan terhadap *website* Jurusan Ilmu Komunikasi terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan kepada beberapa pihak yang berhubungan dengan penelitian ini terkait dengan desain antarmuka atau *user interface*. Berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Bagi *website* Jurusan Ilmu Komunikasi

Untuk pengembangan *website* Jurusan Ilmu Komunikasi berikutnya agar dapat menerapkan semua prinsip dan kaidah-kaidah Desain Komunikasi Visual dengan cermat dibandingkan versi sebelumnya, utamanya dalam penerapan kaidah *UX law* yang di dalamnya termasuk *Hick's Law*. Selain itu, untuk perkembangan berikutnya juga dapat memperhatikan trend desain *user interface*, serta beberapa kekurangan dari desain saat ini. Karena tentu saja pada perkembangan yang telah dilakukan saat ini masih terdapat beberapa hal yang kurang optimal. Dengan menerapkan prinsip DKV dan *UX law* serta trend yang ada saat ini diharapkan kedepannya *website* Jurusan Ilmu Komunikasi dapat lebih baik, dari segi fungsionalitas dan estetikanya.

2. Bagi peneliti

Untuk peneliti terutama yang ditujukan untuk penelitian berikutnya, pada penelitian ini dibatasi pada meneliti perubahan tampilan visual antarmuka (*user interface*) saja yang didasarkan pada prinsip *Hick's Law*. Penelitian difokuskan bagaimana perubahan yang dilakukan dan objek desain apa yang diterapkan. Untuk penelitian selanjutnya dapat memperdalam dan mengembangkan bagian waktu pengambilan keputusan, atau dapat pula memperluas bahasan pada *UX law* yang lain, serta memfokuskan pada kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

3. Bagi Pembaca

Bagi para pembaca, penelitian ini merupakan bagian dari kajian ilmu Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada desain UI/UX. Prinsip utama yang diterapkan adalah *Hick's Law* yang memiliki konsep-konsep yang menyatakan bahwa waktu yang diperlukan untuk membuat keputusan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah pilihan yang tersedia. Untuk para pembaca agar dapat memahami lebih mendalam dan menggunakan rujukan serta referensi lainnya yang sejalan dan mendukung dengan kajian ini.

DAFAR PUSTAKA

Buku :

- Alexander Onki, Supriyadi Untung. (2021). *Mudah dan Praktis Membuat Website Keren Menggunakan WordPress*. Bandung: Media Sains Indonesia dan Penulis
- Ambrose, G., & Harris, P. (2014). *Basics Design: Visual Communication*. AVA Publishing.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Baldwin, J., & Roberts, L. (2016). *Visual Communication: From Theory to Practice*. Bloomsbury Publishing.
- Berni, A., & Borgianni, Y. (2021). *From the definition of user experience to a framework to classify its applications in design*. Proceedings of the Design Society, 1, 1627-1636.
- Birren, Faber. (1961). *Color Psychology and Color Therapy: A Factual Study of the Influence of Color On Human Life*. Secaucus, N.J., Citadel Press.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods (5th ed.)*. Allyn & Bacon.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metode laporan riset*. Kencana Prenada Media Group.
- Cooper, A. (1999). *The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. Sams Publishing.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hackos, J. T. (2002). *Content management for dynamic web delivery*. John Wiley & Sons.
- Hick, W. E. (1952). *On the Rate of Gain of Information*. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 4 (1), 11–26
- Jick, T. D. (1979). *Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation*

- in action*. Administrative Science Quarterly, 24(4), 602-611.
- Kenney, K. (2009). *Visual Communication Research Designs*. London: Routledge.
- Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Lerdorf, R., & Tatro, K. (2013). *Programming PHP: Creating Dynamic Web Pages*. O'Reilly Media, Inc.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design*. Rockport Publishers.
- Mardalis. (2006). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi. Aksara
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publishers.
- Neumeier, M. (2020). *The Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services*. New Riders.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Polit, D.F. and Beck, C.T. (2004). *Nursing Research: Principles and Methods. 7th Edition, Philadelphia*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2019). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. Indiana: John Wiley & Sons.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Rakhmat Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset
- Rockley, A., Kostur, P., & Manning, S. (2003). *Managing enterprise content: A unified content strategy*. Indiana: New Riders.
- Shneiderman, B., & Plaisant, C. (2010). *Designing the user interface: Strategies for effective human-computer interaction*. Pearson.
- Sosinsky, B. (2014). *Cloud Computing Bible*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Williams, A. (2021). *WordPress for Beginners 2021: A Visual Step-by-Step Guide to Mastering WordPress*.
- Yablonski, J. (2020). *Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services*. O'Reilly Media.

Jurnal :

- Anwariningsih, S. H. (2011). Multi Faktor Kualitas Website. *Jurnal Gaung Informatika*.
- Hyman, R. (1953). *Stimulus information as a determinant of reaction time. Journal of Experimental Psychology*, 45(3), 188–196.
- Ihya, Dimas Irawan, Dkk. (2021). *Analisis User Interface Pada Website Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro*. Prosiding SNADES. Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro.
- Kamatchi, R. dkk. (2013). *Software Engineering: Web Development Life Cycle*. *International Journal of Engineering Research & Technology*.
- Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., & Brown, J. (2006). *Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression!*. *Behaviour & information technology*, 25(2), 115-126.
- Manzoor, M., Hussain, W., Ahmed, A., & Iqbal, M. J. (2012). *The importance of higher education website and its usability. International Journal of Basic and Applied Sciences*, 1(2), 150-163.
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). *Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning*. *Educational psychologist*, 38(1), 43-52.
- Sadikin, R. Rahmat Fadli. (2022). *Tinjauan dan Pengembangan Aplikasi E-Faktur Versi 3.0 Dari Segi Pengalaman Pengguna (User Experience) dan Grafis Antar Pengguna (User Interface)*. KTTA thesis, Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Yunika Karen, Dkk. (2022). *Kajian Pengaruh Perubahan User Interface (Ui) Terhadap User Experience (Ux) pada Aplikasi Digital Studi Kasus pada Perubahan Interface Aplikasi Gojek Versi 4.0 Ke Atas*. *Jurnal Institut Teknologi Bandung*.

Internet

- 300 Mind Studio. (2022). *20 Disruptive UI/UX Design Trends That Will Change The Scenario Of 2023* <https://300mind.studio/blog/ui-ux-design-trends/> (Diakses Mei 2023)
- Brainstation. (2023). *What is Web Development*. <https://brainstation.io/career-guides/what-is-web-development>. (Diakses Juni 2023)
- Dribbble. (2023). *World's Leading Design Portfolios*. <https://dribbble.com/> (Diakses Mei 2023)

- Interaction Design. (2023). *Top 10 UI Trends Every Designer Should Know*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/top-10-ui-trends-every-designer-should-know> (Diakses Mei 2023)
- Jais, A. (2020). *"Design Trend: Glassmorphism in UI."* *UX Collective*. <https://uxdesign.cc/design-trend-glassmorphism-in-ui-48466a126700> (Diakses Mei 2023)
- M2.Material. (2023). *System icons*. <https://m2.material.io/design/iconography/system-icons.html> (Diakses Mei 2023)
- Market Splash. (2023). *Adobe Illustrator Statistics For 2023*. (Diakses Mei 2023)
- MDN Web Docs. (2023). *Getting started with the web*. https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn/Getting_started_with_the_web. (Diakses Juni 2023)
- Monocubed. (2021). *A Complete Guide To The 7 Phases of Web Development Life Cycle*. <https://www.monocubed.com/blog/web-development-life-cycle>. (Diakses Juni 2023)
- Nielsen Norman Group. (2017). *A 100-Year View of User Experience* <https://www.nngroup.com/articles/100-years-ux/> (Diakses Mei 2023)
- OpusDesign. (2023). *What are hex codes for colors*. <https://opusdesign.us/wordcount/what-are-hex-codes-for-colors/>. (Diakses Mei 2023)
- Technopedia. (2020). *Web Development*. <https://www.techopedia.com/definition/23889/web-development>. (Diakses Juni 2023)
- Techopedia. (2016). *User Flow*. <https://www.techopedia.com/definition/31852/user-flow> (Diakses Agustus 2023)
- Word Usability Congress. (2022). *UX Trend Report 2023*. <https://worldusabilitycongress.com/ux-trend-report/> (Diakses Mei 2023)