

Analisis tata letak dan komposisi pada situs niaga-el dr.evoo®

Maria Christina Ongkowidjojo, I Wayan Mudra, I Nyoman Larry Julianto*

Program Magister Desain, Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali, Indonesia

*Penulis Korespondensi: larry_smartdesign@ymail.com

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi menjadi pemicu pertumbuhan bisnis berbasis teknologi, terutama niaga-el, yang menjadikan internet sebagai media utama pertukaran barang dan jasa. Penelitian ini akan fokus pada analisis tata letak dan komposisi situs niaga-el dr.evoo®, perusahaan perhiasan anti alergi dan kulit sensitif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggambarkan penggunaan prinsip-prinsip desain berdasarkan *The Principles of Beautiful Web Design* berdasarkan 7 kategori yakni *defining good design, webpage anatomy, system grid, balance, unity, emphasis, dan responsive design*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dr.evoo® berhasil menerapkan prinsip desainnya dengan baik, menciptakan pengalaman pengguna yang efektif dan menarik. Responden memberikan respon positif terhadap *defining good design, webpage anatomy, dan penggunaan system grid*. Prinsip-prinsip *balance, unity, dan emphasis* juga diterapkan dengan baik, menciptakan tampilan yang konsisten dan menarik. *Responsive design* situs memberikan pengalaman pengguna yang optimal pada berbagai perangkat. Dr.evoo® telah berhasil menciptakan situs niaga-el yang tidak hanya menonjol dalam desain visual dan pengalaman pengguna, namun perlu juga menunjukkan komitmen terhadap peningkatan aksesibilitas dan responsivitas, untuk menciptakan lingkungan belanja online yang inklusif dan efisien.

Kata Kunci: Tata letak, komposisi, dr.evoo®, niaga-el, situs

Abstract. *The development of information technology serves as a catalyst for the growth of technology-based businesses, particularly in niaga-el, where the internet becomes the primary medium for the exchange of goods and services. This study focuses on the analysis of the layout and compositions of the niaga-el situs of dr.evoo®, a company specializing in hypoallergenic and sensitive skin jewelry. Utilizing a qualitative descriptive approach, the research describes the applications of design principles based on The Principles of Beautiful Web Design, covering seven categories: defining good design, webpage anatomy, system grid, balance, unity, emphasis, and responsive design. The findings demonstrate that dr.evoo® effectively applies design principles, creating an engaging and effective user experience. Positive responses from respondents highlight the success in defining good design, webpage anatomy, and system grid. The application of balance, unity, and emphasis principles results in a consistent and appealing visual presentation. The situs's responsive design ensures an optimal user experience across devices, emphasizing dr.evoo®'s commitment to accessibility and responsiveness in crafting an inclusive and efficient online shopping environment.*

Keywords: *Layout, composition, dr.evoo®, e-commerce, website*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin intensif didukung dengan infrastruktur pendukung yang telah dibangun oleh pemerintah maupun swasta terutama di dalam bisnis. Melonjaknya bisnis berbasis teknologi ini karena adanya peningkatan pengguna internet oleh masyarakat, sehingga muncul kesempatan untuk menjual barang-barang secara daring hal ini telah menyebabkan berkembangnya niaga-el. Niaga-el menurut Hartman (dalam Romindo, 2019: 2-3) merupakan suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (B-to-B) maupun antar institusi langsung (B-to-C). Maraknya komunitas bisnis yang menggunakan internet sebagai media secara tidak langsung telah menciptakan dunia bagi para pebisnis di dunia maya, dimana tidak ada batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif ini secara langsung merubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau dengan konsumen.

Adanya niaga-el memberikan keuntungan dalam mempromosikan barang menjadi lebih mudah karena dilakukan secara langsung (*real time*) dan interaktif, distribusi barang semakin terjangkau, mendapatkan informasi produk lebih detail dan direspon secara langsung melalui *online*, biaya dan waktu menjadi lebih hemat karena dipesan secara *online*, dan memberikan kesempatan bagi para penjual untuk mempromosikan produk secara bebas melalui *online*. Selain dari sisi penjual, pembeli juga diberikan keuntungan dalam berbelanja secara *online* yaitu pembeli tidak perlu berpindah-pindah tempat dan mengeluarkan biaya yang lebih untuk transportasi dan mendapatkan biaya yang lebih murah untuk mendapatkan produk yang diinginkan dari luar kota (Hernikawati, 2021: 194).

Semakin banyaknya konsumen yang kini beralih belanja online, hal ini menjadi sangat penting bagi platform niaga-el untuk memastikan pengalaman pengguna yang lebih optimal. Salah satu aspek yang sangat mempengaruhi pengalaman pengguna adalah tampilan situs. Suksesnya sebuah tampilan situs tidak pernah lepas dari beberapa faktor, antara lain usability, sistem navigasi, desain visual, konten, kompatibilitas, durasi proses, fungsionalitas, aksesibilitas, dan interaktif (Tadzkiy, 2020: 450). Namun untuk menciptakan situs niaga-el yang nyaman bagi penggunaannya diperlukan satu cara dalam proses penciptaannya menurut Beard (2014: xiv) yakni tata letak dan komposisi.

Tata letak dan komposisi dalam penciptaan situs sangatlah penting, karena dengan adanya tata letak dan komposisi desain situs yang tersusun dengan baik dapat menceritakan desain yang ingin disampaikan. Komposisi yang kuat tidak hanya membuat menarik penglihatan saja tetapi menarik perhatian juga, *audiences* akan tetap berada di dalam situs untuk mempelajari produk yang dijual sekaligus dan adanya kemungkinan *audiences* membeli produk tersebut. Selain itu desain tata letak yang kuat dapat membantu *audience* dalam menemukan apa yang dicari lebih cepat dan mudah serta menyampaikan pesan *brand* dengan percaya diri (Simplified, 2019). Hal ini berkaitan dengan dalam tampilan situs niaga-el, dimana dengan adanya tata letak dan komposisi dapat menarik perhatian *audience* dan lebih mudah dalam mempelajari *brand* serta produk di dalam *brand* tersebut serta membantu situs menjadi lebih interaktif. Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna adalah situs niaga-el dr.evoo[®] yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan penjualan dan menarik konsumen dengan memastikan tampilan situs yang efektif. Tampilan situs yang menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kesuksesan bisnis.

dr.evoo[®] merupakan perusahaan yang bergerak dalam penjualan perhiasan anti alergi dan kulit sensitif sejak tahun 2017 dengan media penjualannya melalui situs niaga-el. Situs niaga-el resmi dr.evoo[®] menjual produk perhiasan dr.evoo[®] yang paling lengkap dalam

penjualan produk serta informasi mengenai produk dr.evoo® sendiri mulai dari anting, cincin, kalung, hingga gelang baik gelang rantai maupun gelang silikon yang tidak membuat kulit sensitif atau alergi. Namun dr.evoo® berada pada persaingan yang ketat dalam industri niaga-el dan sedang berusaha untuk memastikan bahwa tampilan situs mereka efektif dan menarik perhatian pengguna. Terdapat tantangan dalam pengaturan tata letak dan komposisi situs niaga-el dr.evoo® harus ditampilkan secara optimal sehingga pengguna dengan mudah dapat menavigasi dan melihat detail produk. Serta memastikan bahwa tampilan situs niaga-el dr.evoo® dapat beradaptasi dengan berbagai perangkat yang digunakan oleh pengguna sehingga tetap efektif dan menarik.

Untuk mengatasi dari permasalahan tersebut dibutuhkan solusi analisis komposisi dan tata letak yang lebih mendalam untuk meningkatkan tampilan situs untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan tampilan situs niaga-el yang menarik dan informatif, serta memastikan pengguna di berbagai perangkat dapat menikmati pengalaman berbelanja yang optimal. Hal ini membantu dr.evoo® mempertahankan dan meningkatkan daya tarik bisnis niaga-el dr.evoo® dan memastikan penampilan situs tidak lagi menjadi penghalang yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Tata letak dan komposisi pada situs niaga-el dr.evoo® menarik untuk dikaji. Dalam penelitian ini situs niaga-el dr.evoo® akan dikaji jenis tata letak dan komposisi apa yang digunakan berdasarkan “The Principles of Beautiful Web Design” oleh James Beaird (2020) berdasarkan 7 kategori yakni *defining good design, webpage anatomy, system grid, balance, unity, emphasis, dan responsive design*. Serta menunjukkan preview situs niaga-el dr.evoo® dalam berbagai ukuran perangkat, serta memastikan apakah tata letak dan komposisi pada situs niaga-el dr.evoo® betul-betul sesuai dengan fungsinya. Dengan adanya penelitian ini diharapkan, kita dapat memahami struktur tata letak dan komposisi dalam situs niaga-el.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian sistematis untuk mengkaji suatu objek, hasil penelitian yang diharapkan bukanlah berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, melainkan dari makna fenomena yang terjadi (Prastowo, 2016: 24). Dalam penelitian ini terdapat data yang dikumpulkan berupa informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data ini dikumpulkan dari pendapat dan persepsi responden, baik secara lisan maupun tulisan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan kuesioner dalam pengumpulan data.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data lainnya yakni kepustakaan, dokumentasi, dan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data kepustakaan meliputi jurnal, buku, dan dokumen yang terkait dengan objek penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini mengumpulkan data dengan mengambil *screenshots* tampilan situs niaga-el dr.evoo®. Terakhir narasumber yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki keahlian khusus dalam bidang desain situs. Desain yang dipilih menjadi objek pengkajian adalah situs niaga-el dr.evoo® dikaji dalam tata letak dan komposisi.

Hasil dan Pembahasan

Tata letak dan Komposisi



Dalam pembuatan tata letak dan komposisi yang baik, pertama dilihat dari tingkat kemudahan pengguna yang difokuskan pada fungsionalitas, efektif dalam menyampaikan informasi, dan efisien. Kedua dari sudut pandang nilai estetika dan daya tarik visual dalam desain. Beberapa desainer terperangkap dalam menciptakan nilai estetika dan grafis namun melupakan faktor pengguna, ada juga yang terlalu fokus dengan tingkat penggunaan namun melupakan daya tarik visualnya (Beaird, 2014: 7). Selain memperhatikan dua faktor tersebut, pengguna akan senang jika konten atau informasi yang dibutuhkan masuk ke dalam desain. Desainer dapat menciptakan desain situs berdasarkan tata letak dan komposisi yakni sebagai berikut.

Defining Good Design

Hal terpenting yang perlu diingat dalam desain adalah sebuah komunikasi. Situs yang berfungsi dan menyajikan informasi dengan baik tetapi buruk, tidak akan ada pengguna yang mau menggunakannya. Demikian pula dengan pembuatan situs yang indah namun sulit digunakan atau tidak dapat diakses, pengguna secara tidak langsung akan meninggalkan situs tersebut. Elemen desain dan fungsionalitas desain situs yang telah selesai akan berfungsi sebagai kesatuan unit yang kohesif. Terdapat beberapa alasan mengapa desain situs harus didefinisikan dengan baik (Beaird, 2020).

1. Users Are Pleased by the Design but Drawn to the Content

Navigasi utama dalam situs harus terlihat jelas di dalam halaman, dengan setiap link diberi judul deskriptif. Struktur navigasi tidak hanya merespons perubahan tampilan saat kursor bergerak di atasnya, namun juga menyoroti halaman atau bagian yang sedang aktif, yang memiliki peran penting dalam membantu pengguna menemukan lokasi mereka di situs dan memahami cara mencapai tujuan yang diinginkan. Situs niaga-el dr.evoo® menggunakan *template* yang bisa membimbing konsumen untuk fokus kepada konten dan halaman produk yang dimiliki dr.evoo®, karena situs yang digunakan menggunakan *background* berwarna putih sehingga konsumen dapat langsung membaca inti dari konten situs dr.evoo®.

2. Users Can Move about Easily via Intuitive Navigation

Dalam menampilkan sebuah situs, harus dipastikan bahwa blok navigasi utama itu sendiri harus terlihat jelas di setiap halaman. Struktur navigasi yang tidak hanya mengubah tampilan saat diarahkan, tetapi juga menampilkan halaman atau bagian aktif, membantu pengguna melihat di mana mereka berada dan kemana mereka harus ke tempat yang dituju. Dalam situs niaga-el dr.evoo®, navigasi yang digunakan dibuat dengan huruf *lowercase* dan teks berwarna abu-abu tua, sehingga dapat mudah dibaca.

3. Users Recognize Each Page as Belonging to the Site

Meskipun ada perbedaan secara signifikan antara tata letak halaman beranda dan bagian halaman lainnya, tema atau gaya yang konsisten diperlukan di seluruh halaman situs untuk membantu menyatukan desain. Situs niaga-el dr.evoo® sangat mudah dikenali karena terdapat warna putih, abu-abu, dan ungu yang mendominasi dan digunakan juga sebagai warna khas dr.evoo®.

Webpage Anatomy

Anatomi situs terdiri dari beberapa komponen yang terdiri dari *container*, logo, navigasi, konten, *footer*, dan *whitespace*. *Container* merupakan sebuah wadah dimana elemen akan tersusun dan memiliki sifat fleksibel, dimana *container* bisa menyesuaikan ukuran tanpa mengurangi isi konten. Logo sebagai identitas dari kepemilikan situs. Navigasi merupakan tindakan untuk mencari halaman di dalam internet yang berbentuk situs web. Konten merupakan titik fokus desain situs yang berisikan teks, gambar, atau video di dalam situs. *Footer*

berlokasi di bawah halaman situs, yang berisikan informasi hak cipta, kontak, dan beberapa tautan ke bagian utama situs. Terakhir, *whitespace* atau ruang negatif yang bertujuan untuk mengarahkan pandangan *user*, namun juga membantu menciptakan keseimbangan dan kesatuan (Beaird, 2014: 8-10).

1. Container

Web page anatomy pada situs niaga-el dr.evoo® terdapat *container* sebagai wadah untuk menyusun elemen dari setiap laman yang dimiliki situs niaga-el dr.evoo®. *Container* memiliki peran sebagai wadah yang strategis dalam menata elemen-elemen visual yang membentuk tampilan visual dan fungsionalitas pada setiap halaman situs niaga-el dr.evoo®. Penggunaan *container* diimplementasikan dengan cermat untuk memastikan susunan elemen yang teratur dan estetik, menarik bagi pengguna. Dengan adanya *container*, setiap halaman dalam situs niaga-el dr.evoo® menjadi lebih terorganisir dan mudah dinavigasi, meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2. Logo

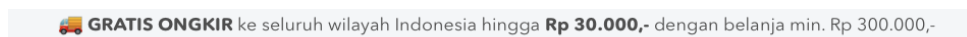
Logo dr.evoo® berada di paling atas dan di posisi tengah sebagai identitas. Dengan penempatan yang terpusat dan mendominasi di bagian atas, logo ini memberikan kesan yang langsung terfokus pada merek, menonjolkan citra merek dr.evoo® dengan jelas.



Gambar 1. Logo dr.evoo® pada Situs niaga-el dr.evoo®

3. Header

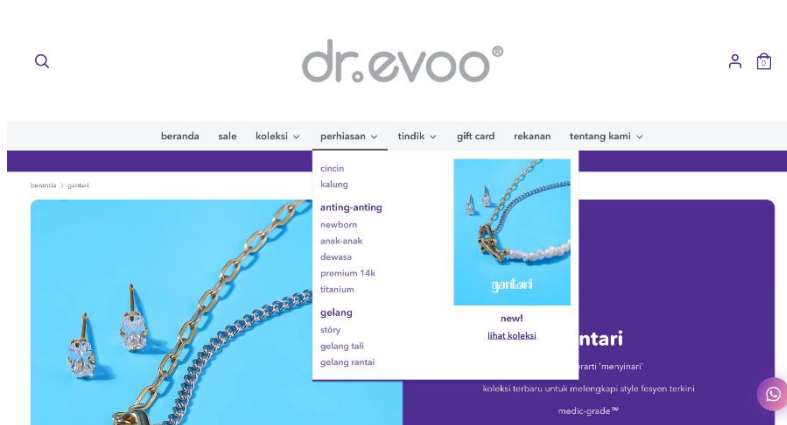
Header yang bertuliskan “klik disini untuk registrasi tindik” sebagai bentuk informasi yang penting untuk konsumen yang ingin mendaftarkan jasa pelayanan tindik untuk bayi maupun dewasa. Pesan ini dirancang secara strategis untuk memberikan pengguna situs informasi yang jelas dan langsung, memudahkan proses registrasi bagi pengunjung yang tertarik dengan layanan tindik yang disediakan oleh dr.evoo®.



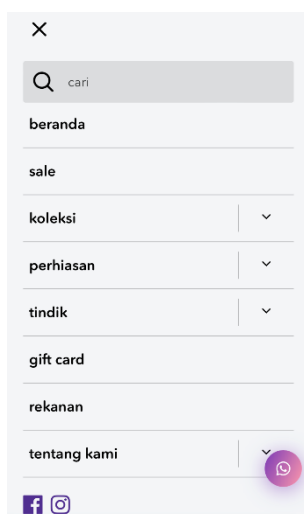
Gambar 2. Header Situs niaga-el dr.evoo®

4. Navigasi

Navigasi dari situs dr.evoo® yang terdiri dari beranda, *sale*, koleksi, perhiasan, tindik, *gift card*, rekanan, tentang kami, dan juga ikon kaca pembesar. Pada ukuran *desktop*, digunakan navigasi horizontal umum dengan urutan kiri ke kanan untuk integrasi yang mudah. Navigasi *dropdown* digunakan untuk rincian koleksi, perhiasan, tindik, dan tentang kami. *Breadcrumbs* sebagai navigasi sekunder membantu pengguna memahami lokasi mereka dalam situs. Pada ukuran *smartphone*, digunakan navigasi *hamburger* untuk menghemat ruang, diakses melalui ikon tiga garis dengan *dropdown* menu serupa pada tampilan *desktop*.



Gambar 3. Navigasi Situs niaga-el pada Tampilan *Desktop*



Gambar 4. Navigasi Situs niaga-el pada Tampilan *Smartphone*

5. Konten

Konten dari situs niaga-el dr.evoo® menampilkan beragam informasi tergantung pada navigasi yang dipilih. Setiap bagian dari situs ini menawarkan kekayaan informasi yang mencakup berbagai aspek produk dan layanan dr.evoo®, memberikan pengguna pengalaman yang mendalam dan informatif sepanjang perjalanan pengguna melalui situs ini. Konten dirancang untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai berbagai produk perhiasan anti alergi dan kulit sensitif yang ditawarkan oleh dr.evoo®, memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah mengakses dan mengeksplorasi informasi yang mereka cari tanpa hambatan.

a. Halaman Beranda

Halaman beranda situs niaga-el dr.evoo® menampilkan *banner* yang memuat foto produk dan model dr.evoo®. Tersedia tiga kategori produk dr.evoo®: “14K Solid Gold”, “For Babies 0+ Month”, dan “Stôry”. Setiap kategori menampilkan produk dengan nama dan harga. Banner informasi secara vertikal menampilkan koleksi produk secara singkat, metode tindik steril “*One Push-Technology*”, dan koleksi perhiasan Titanium. Informasi meliputi slogan “*Evolve, You.*”, rekanan, dan artikel gaya hidup. Pada bagian akhir, terdapat logo “*i am medic-grade™*”, “*allergy no worry*”, logo FDA (*Food and Drug Administrations*), dan logo *medical grade* yang disetujui oleh menteri kesehatan internasional.

b. Halaman Koleksi

Konten pada navigasi koleksi terdiri dari *banner* informasi yang berisikan foto produk dan teks penjelasan yang berkaitan dengan tema produk yang dimiliki oleh dr.evoo®. Menampilkan pula foto produk tema dr.evoo® dengan latar belakang warna abu-abu, nama, dan harga produk.

c. Halaman Perhiasan

Konten pada navigasi perhiasan dr.evoo® memiliki tata letak yang sama dengan konten navigasi koleksi, namun yang menjadi pembeda adalah ketika pengguna memilih navigasi perhiasan tanpa memilih secara spesifik produk apa yang ingin dicari oleh pengguna. Konten yang ditampilkan adalah *banner* dari setiap kategori produk “Anting-anting”, “Stôry”, “Gantari”, “Titanium”, “Kalung”, “Gelang Rantai”, dan “Newborn” dengan foto produk serta tampilan *slide* produk dr.evoo® dari setiap kategorinya.

d. Halaman Tampilan Produk

Halaman produk dr.evoo® menampilkan konten foto produk dari berbagai sisi dan deskripsi produk yang dijelaskan secara detail mulai dari kode SKU produk, bahan material yang digunakan dalam pembuatan perhiasan dr.evoo®, rekomendasi usia, dimensi, garansi dan keamanan dari produk, dan sistem pengiriman yang dilakukan oleh dr.evoo® dijelaskan secara detail dalam konten ini. Selain itu terdapat juga rekomendasi produk yang secara otomatis akan dimunculkan ketika memasuki salah satu halaman produk dan histori produk yang sudah dilihat sebelumnya.

e. Halaman Tindik

Halaman tindik dr.evoo® dibagi menjadi empat bagian. Pertama halaman tindik menampilkan foto model dalam proses tindik dengan teknologi *One-push*, dilengkapi dengan judul “*One-push Technology*” dan penjelasan rinci. Terdapat juga logo “*allergy no worry*”, logo FDA (*Food and Drug Administrations*), dan logo *medical grade*. Selain itu, disajikan produk alat tindik, video “5 Langkah Mudah Tindik dr.evoo®”, serta opsi paket tindik untuk bayi dan umum. FAQ juga tersedia.

Kedua, halaman Tindik Newborn menampilkan produk dr.evoo® untuk bayi dengan logo dan persetujuan kesehatan internasional. Terdapat infografis “5 Langkah Mudah Tindik dr.evoo®” dan kategori produk “Tindik Newborn” dengan pilihan 24K Gold Plated dan 14K Solid Gold. FAQ juga disertakan. Ketiga, halaman Registrasi Tindik berisikan informasi jadwal operasional dan pengaturan registrasi tindik di dr.evoo®. Disertakan formulir registrasi untuk pengguna.

Keempat, halaman Aftercare menampilkan model menggunakan produk *aftercare* dr.evoo®, judul “Aftercare”, dan subjudul “Layanan Perawatan Pasca Tindik”. Infografis menjelaskan proses penyembuhan, pemasangan anting, penggunaan *aftercare lotion*, dan tips bagi pengguna hijab. FAQ juga disertakan.

f. Halaman Gift Card

Konten dari navigasi *gift card* menampilkan *banner* informasi yang berisikan foto produk dan teks penjelasan yang berkaitan dengan penjualan *gift card*. Halaman produk penjualan *gift card* sama dengan isi konten dengan halaman produk perhiasan dr.evoo® dengan menampilkan foto produk *gift card*, pilihan nominal harga, dan deskripsi detail termasuk kode SKU, garansi, keamanan, dan sistem pengiriman dr.evoo®. Halaman ini juga menampilkan rekomendasi produk otomatis dan histori produk yang telah dilihat sebelumnya.

g. Halaman Rekanan

Halaman Rekanan di situs niaga-el dr.evoo® menampilkan foto produk dan alat tindik dr.evoo® dengan judul “Daftar Rekanan dr.evoo®”. Terdapat informasi tentang 200 rekanan resmi dr.evoo® di seluruh Indonesia. Ilustrasi peta Indonesia dengan penanda rekanan tersebar di seluruh Indonesia. Navigasi abjad dan pendaftaran sebagai

rekanan disediakan untuk mempermudah pengguna mencari dan bergabung dengan kemitraan dr.evoo®

h. Halaman Tentang Kami (*About Us*)

Halaman tentang kami dibagi menjadi tiga bagian. Halaman profil menampilkan judul “Tentang Kami”, “dr.evoo®”, “Evolve, You.”, “PT. Drevoov Inovatif Indonesia”, dan “Team Profesional” dengan penjelasan masing-masing. Logo dr.evoo® dan ilustrasi tangan membentuk hati melengkapi halaman ini. Bagian kedua, halaman #drevoopeduli (csr), menampilkan foto, judul, teks, dan kolom komentar dengan input nama, email, dan komentar. Halaman ketiga, “Hubungi Kami”, berisikan foto produk dr.evoo®, informasi alamat, nomor telepon, dan email kontak. Terdapat juga kolom pesan dengan input nama, email, telepon, dan pesan.

i. Halaman Keranjang Belanja

Pada halaman keranjang belanja, terdapat sebuah tabel yang memuat informasi detail mengenai produk yang dipilih, jumlahnya, harga per item, dan total biaya yang perlu dibayarkan oleh pengguna. Selain itu, navigasi dalam bentuk tombol “*checkout*” tersedia untuk memudahkan pengguna melanjutkan proses pembelian. Navigasi tambahan yang mencakup “*lanjutkan belanja*”, “*perkiraan ongkos kirim*”, dan “*catatan untuk penjual*” juga disertakan dengan menggunakan *underline*, guna memberikan kemudahan navigasi dan aksesibilitas kepada pengguna.

j. Halaman Pembayaran

Halaman pembayaran dibagi menjadi dua kolom. Kolom sisi kiri memuat informasi kontak, alamat pengiriman, pilihan pengiriman, dan opsi pembayaran dengan tombol “*bayar*” di bagian bawah. Kolom sisi kanan menampilkan detail produk dengan foto, nama, dan harga produk. Ada juga kolom untuk kode *gift card* atau voucher dengan tombol “*pakai*”. Subtotal, biaya pengiriman, dan total pembelanjaan ditampilkan transparan, memastikan pemahaman yang detail dan pengalaman pengguna yang lebih efisien.

6. Footer

Footer pada situs niaga-el dr.evoo® tidak hanya memuat navigasi horizontal yang detail, namun juga menyajikan berbagai elemen penting yang melengkapi pengalaman pengguna. Informasi hak cipta menjamin keaslian dan keamanan produk dr.evoo®. Logo bank sebagai mitra pembayaran menambahkan kepercayaan pada sistem pembayaran. Dengan menyertakan elemen-elemen ini, dr.evoo® meningkatkan transparansi dan mempermudah pengguna untuk mengakses informasi tambahan terkait situs dan layanannya.



Gambar 5. Footer Situs niaga-el dr.evoo®

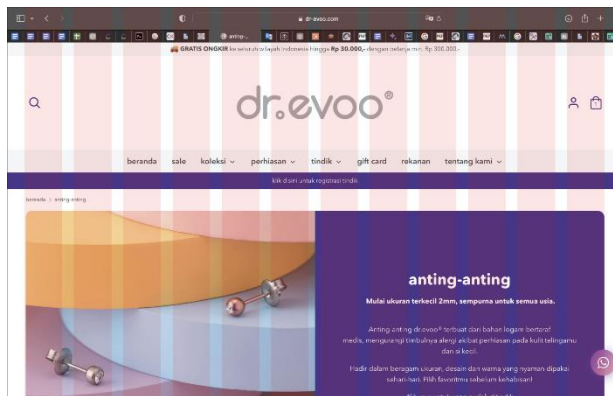
7. Whitespace

Whitespace diimplementasikan dalam desain situs niaga-el dr.evoo® untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih menarik dan efektif. Penggunaan *whitespace* ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, namun juga sebagai alat untuk memandu perhatian pengguna pada konten yang disajikan. Dengan memberikan ruang yang cukup di sekitar elemen-elemen utama, dr.evoo® menciptakan tampilan yang bersih, terorganisir, dan mudah dipahami.

System Grid

Sistem *grid* dalam situs merupakan sistem untuk mengatur isi konten di dalam halaman serta menjajarkan urutan yang sesuai. Hal ini bertujuan untuk membentuk kerangka *user interface* (Gilis, 2022). Menurut Beard (2014: 14), *system grid column* sendiri terdiri dari 12, 16, dan 24 kolom. Kolom ini sangat membantu dalam pengaturan desain karena elemen desain dapat diatur sesuai dengan batas kolom agar mencapai sebuah keseimbangan. Sementara pada ukuran *smartphone* memiliki ukuran tetap adalah 4 kolom (Tang, 2019).

Sistem *grid* yang diterapkan dalam struktur situs niaga-el dr.evoo® memiliki keunggulan dalam pengaturan elemen. Dalam penggunaannya, situs ini menggunakan 12 kolom *grid* ketika diakses melalui perangkat *desktop* atau layar yang lebih besar, 4 kolom *grid* pada *smartphone*, dan 8 kolom pada perangkat *tablet*. Setiap kolom pada sistem *grid* berfungsi sebagai batas yang membantu dalam penataan dan penempatan elemen-elemen konten pada halaman produk. Penggunaan 12 kolom, 8 kolom, dan 4 kolom *grid* pada situs niaga-el dr.evoo® telah diatur berdasarkan batas yang sudah ditentukan. Elemen-elemen yang disusun pada masing-masing perangkat menyesuaikan batas kolom, sehingga tata letak yang disusun rapi dan optimal.

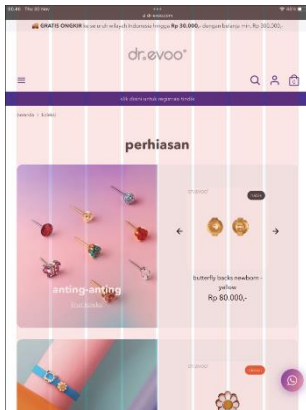


Gambar 6. Sistem Grid 12 Kolom Situs niaga-el dr.evoo® Melalui Desktop



Gambar 7. Sistem Grid 4 Kolom Situs niaga-el dr.evoo® Melalui Smartphone



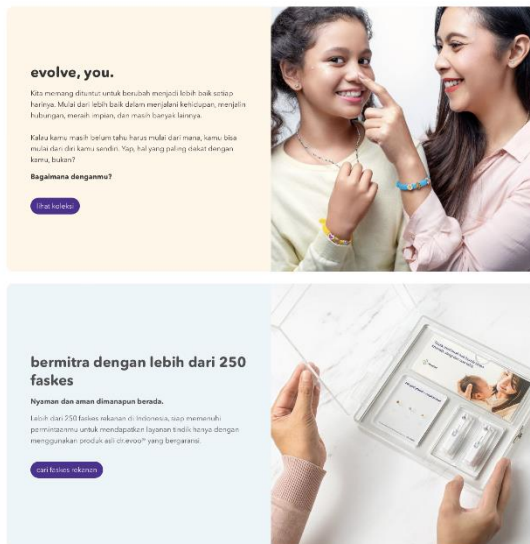


Gambar 8. Sistem Grid 8 Kolom Situs niaga-el dr.evoo® Melalui Tablet

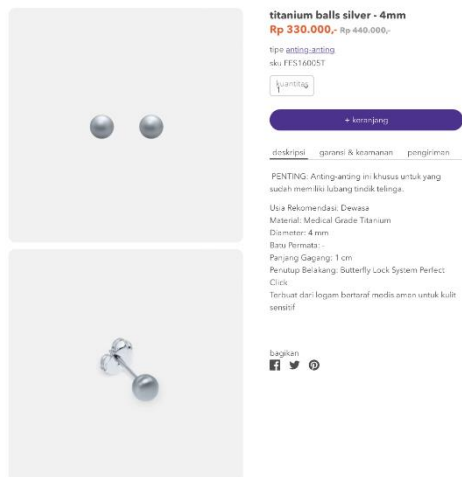
Balance (Keseimbangan)

Keseimbangan merupakan pemerataan bobot elemen visual dalam desain. Keseimbangan visual terjadi pada sumbu vertikal, pandangan kita membutuhkan bobot visual yang sama. Jika elemen di kedua sisi tata letak memiliki bobot yang sama, mereka akan menyeimbangkan satu sama lain. Keseimbangan sendiri dibagi menjadi dua yakni keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris merupakan keseimbangan yang terjadi ketika unsur-unsur elemen sama berada di garis sumbu. Keseimbangan asimetris merupakan keseimbangan yang berbentuk abstrak yang melibatkan ukuran, bentuk, atau nada (Beaird, 2014: 16-19).

Situs niaga-el dr.evoo® mengusung prinsip keseimbangan dengan tata letak simetris pada halaman navigasi seperti beranda, koleksi, perhiasan, tindik, profil, tentang kami, dan *blog*. Namun, saat mengakses halaman produk, desain situs berubah menjadi keseimbangan asimetris untuk menciptakan tampilan dinamis dan menarik. Perubahan ini bertujuan untuk memberikan fokus pada produk, menciptakan visual menarik, dan menyesuaikan tata letak dengan konten khusus. Sehingga, keseimbangan antara halaman navigasi dan produk memberikan variasi visual yang memikat dalam pengalaman pengguna di situs niaga-el dr.evoo®.



Gambar 9. Balance Simetris pada Situs niaga-el dr.evoo®

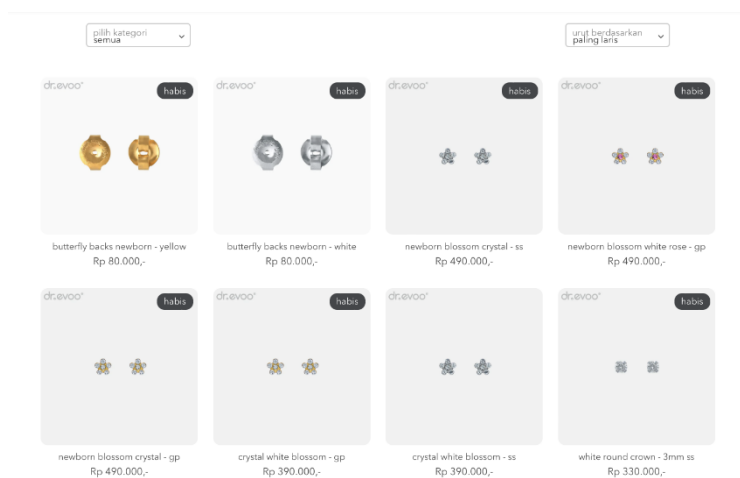


Gambar 10. Balance Simteris pada Situs niaga-el dr.evoo®

Unity (Kesatuan)

Kesatuan merupakan penggabungan teks dan bentuk yang berhubungan satu sama lain sehingga menghasilkan harmoni. Kesatuan sendiri dibagi menjadi dua yakni *proximity* dan *repetisi*. *Proximity* merupakan pemindahan elemen yang lebih dekat atau lebih jauh untuk mendapatkan tampilan yang lebih teratur secara berkelompok (Reynolds, 2008:157). *Repetisi* merupakan penggunaan kembali elemen yang serupa di dalam desain yang akan menghadirkan rasa kesatuan, konsistensi, dan keterpaduan yang jelas (Reynolds, 2008: 155).

Bentuk kesatuan pada situs niaga-el dr.evoo® tercermin dalam penggunaan elemen-elemen yang diulang, seperti pada banner produk di halaman utama perhiasan. Pengulangan visual pada banner tersebut, yang terdiri dari foto produk dan *slide* produk dr.evoo®, menciptakan konsistensi desain. Di sisi lain, halaman perhiasan yang terkategori (kecuali kategori *stôry*), halaman koleksi, *history* produk sebelumnya, dan rekomendasi produk, menampilkan pengulangan dalam tata letak foto produk dan teks dengan ukuran yang seragam. Berbeda dengan halaman produk *stôry*, terdapat perbedaan orientasi bentuk yang berbeda-beda yakni persegi untuk menampilkan foto produk *charms* dan persegi panjang untuk menampilkan gelang *strap*. Jika pengguna sebelumnya melihat produk *stôry*, maka *repetisi* ini tidak akan terjadi, kecuali jika desainer melakukan penyesuaian kembali tata letak foto produk yang sebelumnya berorientasi persegi panjang agar dibuat serupa dengan orientasi persegi.



Gambar 11. Repetisi pada Halaman Produk Situs niaga-el dr.evoo®

Emphasis (Penekanan)

Penekanan berfokus pada pembuatan elemen yang dapat menarik perhatian *audience*. Salah satu cara untuk mencapai penekanan adalah membuat elemen sebagai titik fokus. Dengan adanya titik fokus setiap elemen dalam halaman web menjadi menarik perhatian *audience*. Salah satu prinsip yang dari penekanan yang masih digunakan saat ini adalah kontras. Kontras merupakan penjabaran elemen yang berbeda, semakin besar perbedaan antara elemen dan sekitarnya, semakin menonjol elemen tersebut (Beaird, 2014: 24,26).

Penekanan dalam situs niaga-el dr.evoo® terfokus pada tombol navigasi *Call The Action* (CTA) dan tombol “+ keranjang” yang didesain dengan warna ungu sebagai tombol kontras. Penggunaan warna kontras pada tombol ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pengguna, namun juga menarik perhatian pengguna sambil memberikan petunjuk yang jelas mengenai langkah selanjutnya dalam proses berbelanja. Warna kontras juga diterapkan pada penunjuk harga potongan, dimana harga yang sudah dipotong ditampilkan dengan warna orange untuk menarik perhatian pengguna terhadap promosi yang sedang berlangsung di dalam situs. Selain itu, terdapat label yang menandakan bahwa produk sudah habis disertai dengan warna kontras, khususnya warna abu-abu gelap, memberikan indikasi visual yang jelas bahwa produk tersebut telah habis terjual.

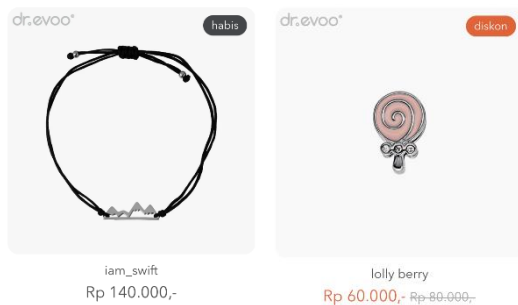


Gambar 12. Tombol Navigasi “+ keranjang” pada Situs niaga-el dr.evoo®

titanium balls silver - 4mm

Rp 330.000,- ~~Rp 440.000,-~~

Gambar 13. Harga Produk pada Situs niaga-el dr.evoo®



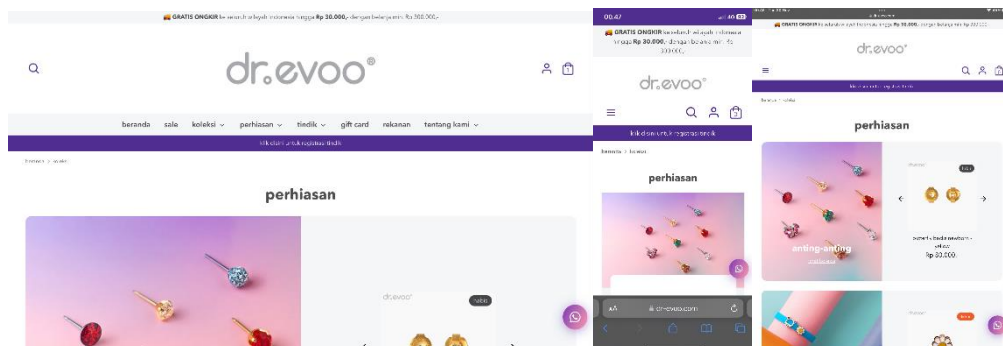
Gambar 14. Harga dan Model Produk pada Situs niaga-el dr.evoo®

Responsive Design

Perangkat yang digunakan ketika mengakses situs terkadang ukuran layarnya berbeda-beda. Oleh karena itu desainer harus bisa menyesuaikan sekaligus menata alternatif tata letak sesuai dengan layar perangkat yang digunakan oleh *audience*. Salah satu jenis *Resizing* tata letak adalah *responsive design*. *Responsive design* merupakan pengaturan ukuran tata letak yang tidak hanya fokus pada ukuran komputer, namun pada ukuran *smartphone* juga memiliki ukuran variatif. Sehingga responsive design bisa menjadi alternatif untuk menyusun situs dalam berbagai ukuran (Beaird, 2014: 40-42).

Situs niaga-el dr.evoo® dirancang dengan tata letak responsif, tata letak dari situs dapat menyesuaikan diri dengan ukuran layar perangkat yang digunakan. Ketika pengguna membuka situs niaga-el dr.evoo® melalui komputer atau laptop, tata letak situs akan menampilkan

tampilan yang lebih luas, memperlihatkan keseluruhan elemen desain dengan jelas. Sebaliknya, ketika pengguna mengakses situs niaga-el dr.evoo® dari *smartphone*, tata letak halaman produk akan disesuaikan lebih kecil, menciptakan tampilan yang lebih minimalis karena keterbatasan ruang pada layar perangkat tersebut.



Gambar 15. Responsive Design Situs niaga-el dr.evoo® pada Perangkat Desktop, Smartphone, dan Tablet

Hasil Survei Dengan Responden

Dalam penelitian ini, dilakukan survei dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana optimalitas situs niaga-el dr.evoo®. Berdasarkan kuesioner yang telah dianalisis, diperoleh sejumlah temuan yang memberikan gambaran mendalam mengenai persepsi responden terhadap berbagai aspek situs niaga-el dr.evoo®. Hasil ini mencakup berbagai variabel yang disusun secara sistematis, memungkinkan kita untuk mengevaluasi tingkat kepuasan dan respons terhadap elemen-elemen desain yang ada pada situs niaga-el dr.evoo®.

Table 1. Hasil Kuesioner Variabel

Kategori	Sangat Optimal		Optimal		Cukup Optimal		Tidak Optimal		Sangat Tidak Optimal	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Defining Good Design	9	37,5%	13	54,17%	1	4,17%	1	4,17%	0	0
Webpage Anatomy	18	50%	13	36,11%	2	5,56%	3	8,33%	0	0
System Grid	10	83,3%	1	8,33%	0	0	1	8,33%	0	0
Balance	4	16,67%	16	66,67%	3	12,5%	1	4,17%	0	0
Unity	5	41,67%	4	33,33%	3	25%	0	0	0	0
Emphasis	9	37,5%	10	41,67%	3	12,5%	2	8,33%	0	0
Responsive Design	6	50%	4	33,33%	2	16,6%	0	0	0	0

Sumber: Maria (2023)

Berdasarkan perhitungan skala Likert untuk variabel 7 kategori situs menurut James Beard dilakukan dengan melibatkan 12 responden berdasarkan pada tabel diatas. Dengan menggunakan rumus $T \times P_n$, dihitung total skor untuk setiap pilihan skor. Hasil perhitungan tersebut dijumlahkan, dan total skor diperoleh sebesar 607. Selanjutnya, dilakukan interpretasi skor dengan menentukan nilai tertinggi (Y), dan terendah (X), serta interval (I) sebesar 20%. Dengan rumus indeks persentase, total skor dibagi dengan nilai tertinggi (Y) dikali dengan 100, hasil akhir menunjukkan bahwa optimalisasi situs niaga-el dr.evoo® berada dalam kategori sangat optimal dengan indeks persentase sebesar 84.3%.



Respon *defining good design* pada situs niaga-el dr.evoo® cukup positif, dengan mayoritas responden menilai bahwa desain situs telah berhasil menggabungkan baik fungsi dan estetika. Semua elemen desain, termasuk *container*, logo, navigasi, konten, *footer*, dan *whitespace*, mendapat tanggapan positif karena telah mengimplementasikan dengan baik oleh sebagian besar responden. Penggunaan *grid system* dan keseimbangan diterima positif karena telah membantu menyusun isi konten dan menjaga keseimbangan visual, sementara prinsip kesatuan menciptakan kesatuan harmonis dalam desain.

Penggunaan warna kontras untuk menekankan unsur-unsur tertentu dan desain responsif yang memberikan pengalaman optimal pada berbagai perangkat mendapatkan respon positif dari mayoritas responden. Meskipun demikian, pengalaman pengguna yang sangat baik diimbangi dengan tantangan dalam aspek aksesibilitas, terutama bagi pengguna dengan gangguan penglihatan warna. Perlunya rekomendasi untuk menerapkan standar *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG) diakui sebagai langkah proaktif untuk meningkatkan inklusivitas.

Konsistensi dalam desain, mulai dari beranda hingga dalam tahap pembayaran dianggap memberikan kesan yang kuat dan mudah diingat, menciptakan citra merek yang konsisten. Meskipun demikian, area responsivitas gambar pada perangkat *smartphone* diidentifikasi sebagai titik yang dapat ditingkatkan. Secara keseluruhan, dr.evoo® berhasil menciptakan situs niaga-el yang tidak hanya unggul dalam desain visual dan pengalaman pengguna, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk terus meningkatkan aksesibilitas dan responsivitas, menciptakan lingkungan belanja *online* yang inklusif, efisien, dan dapat memenuhi kebutuhan beragam pengguna.

Simpulan

Situs niaga-el dr.evoo® telah dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain yang telah melibatkan tata letak dan komposisi dari 7 kategori pada “The Principles of Beautiful Web Design” oleh James Beard. Elemen desain seperti container, logo, navigasi, konten, footer, dan whitespace, serta penggunaan sistem grid yang konsisten. Desain situs ini menekankan keseimbangan dan kesatuan dengan pengulangan elemen dan penekanan pada tombol navigasi. Responsif terhadap berbagai perangkat, memberikan situs ini tampilan yang optimal pada komputer, smartphone, dan tablet. Survei dilakukan untuk mengevaluasi optimalisasi situs, dan hasilnya menunjukkan tingkat kepuasan yang signifikan. Keseluruhan situs niaga-el dr.evoo® menggabungkan fungsi, estetika, dan pengalaman pengguna yang menyeluruh, menciptakan media yang menarik dan efektif bagi pengguna.

Daftar Pustaka

- Ali, F. (2018). Optimalisasi Web Design STMK Trisakti Berdasarkan Layout and Composition. *Magenta| Official Journal STMK Trisakti*, 2(01), 257-270. <https://orcid.org/0000-0002-5469-0663>.
- Beard, J. (2014). *The Principles of Beautiful Web Design*. 3th Edition ed. Canada: Sitepoint.
- Beard, J. (2020). *The Principles of Beautiful Web Design*. 4th Edition ed. Canada: Sitepoint.
- Bramantya, A. (2016). Kajian Layout Desain Web OLX. Co. Id. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 4, 469-477. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/17759>.
- Ekarini, F. (2017). Analisis Desain Website Bni, Bukopin, J. Co Donuts dan Mcdonalds Menurut Buku “The Principles Of Beautiful Web Design”. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(1), 8-20. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i1.14489>.

- Gillis, O. (2022). 6 Rules for Creating Grid Layouts in Web Design. Elementor. <https://elementor.com/blog/grid-design/#>.
- Hanafi, A. (2012). Software Design Pattern Pada Situs-Situs ECommerce. <https://ejournal.unjaya.ac.id/index.php/teknomatika/article/view/396>.
- Hanifah, T. (2020). Analisis kualitas website e-commerce berdasarkan prinsip desain web. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(3), 448-467. <https://doi.org/10.24036/dekave.v10i3.109004>.
- Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191-202. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4389>.
- Kingston, C. (2019). Key Principles for Better Design Composition. Adobe XD. <https://xd.adobe.com/ideas/process/ui-design/design-composition-key-principles/>.
- Kuswanto, H. (2017). Analisis Prinsip Layout and Composition pada Web Design Perusahaan PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk dan PT. FIF Group berdasarkan Buku "The Principle of Beautiful Website Design By Jason Beard". *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i1.14488>.
- Maulana, A., Arjun, N. R., Akbar, F., Suryanti, N. A., & Firmansyah, H. (2021). Peran e-commerce di tengah pandemi terhadap gaya hidup masyarakat Indonesia masa kini. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 55-61. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet/article/view/41>.
- Nurrohmah, S., & Andrian, R. (2023). Mendesain Ulang Tampilan UI Website Desa Sukamukti Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 13(1), 29-43. <https://doi.org/10.34010/jati.v13i1.8756>.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Reynolds, G. (2008). The Big Four: Contrast, Repetition, Alignment, Proximity. Presentation Zen. https://www.presentationzen.com/chapter6_spread.pdf.
- Romano, J., & Spivak, E. (2021). 10 Best Website Layout Ideas to Get You Started. Wix. <https://www.wix.com/blog/2020/02/situs-layouts/>.
- Romindo, et all. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Simplified. (2019). 7 Basic Principles of Graphic Design Foundations : Composition and Layout. Simplified. <https://simplified.com/blog/design/graphic-design-composition-and-layout/>.
- Tang, C. (2019). Responsive grids and how to actually use them. UX Collective. <https://uxdesign.cc/responsive-grids-and-how-to-actually-use-them-970de4c16e01>.

