

PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE (UI) WEBSITE BRASSCO GALLERY* SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN *CUSTOMER*

Kusnadi¹, Abdun Wijaya², Dewi Iriani³, Teguh Prasetyo⁴
^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Universitas Catur Insan Cendekia
Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133
e-mail : kusnadi@cic.ac.id¹, abdun.wijaya@cic.ac.id², dewi.iriანი@cic.ac.id³,
teguh.prasetyo.dkv.19@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Brassco Gallery merupakan pengrajin seni relief logam yang sudah ada sejak tahun 80an. Dan pada tahun 2007 hingga sekarang, dilanjutkan oleh generasi kedua yang di mana sejak saat itu pemilik yang bernama Budhi Brassco dan timnya terus berinovasi dalam karya yang dibuat, baik motif maupun ukuran. Proses pembuatan seni relief logam dikerjakan secara manual, tidak menggunakan cetakan dan dikerjakan oleh tangan terampil pengrajin profesional yang sudah belasan tahun menekuni bidang ini. Selama ini, media promosi dari Brassco Gallery belum optimal, karena hanya menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk melakukan promosi produknya. Sedangkan, mimpi besar Brassco Gallery sendiri adalah untuk memperkenalkan karya-karyanya tidak hanya di dalam negeri, namun juga mendapat apresiasi secara global. Oleh karena itu, penggunaan *website* dibutuhkan sebagai media promosi tambahan guna menjangkau *customer* lebih luas atau lingkup internasional. Perancangan ini menggunakan metode perancangan dari Hendratman (2010: 9). Kemudian, menggunakan metode pengumpulan data primer berupa observasi dan wawancara, serta data sekunder berupa studi literatur. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data SWOT. Hasil dari perancangan ini adalah desain *user interface* untuk *website* Brassco Gallery beserta prototipenya yang bisa dijadikan sebagai referensi pemilik dalam membangun *website* Brassco Gallery.

Kata Kunci: Brassco Gallery, *User Interface*, *Website*

ABSTRACT

Brassco Gallery is a metal relief art craftsman that has been around since the 80s. And in 2007 until now, continued by the second generation where since then the owner named Budhi Brassco and his team continue to innovate in the work made, both motifs and sizes. The process of making metal relief art is done manually, does not use molds and is done by the skilled hands of professional craftsmen who have been in this field for a dozen years. So far, the promotional media of Brassco Gallery has not been optimal, because it only uses social media such as Facebook and Instagram to promote its products. Meanwhile, the big dream of Brassco Gallery itself is to introduce its works not only domestically, but also get appreciation globally. Therefore, the use of the website is needed as an additional promotional medium to reach wider customers or international scope. This design uses the design method from Hendratman (2010: 9). Then, using primary data collection methods in the form of observations and interviews, and secondary data in the form of literature studies. While the data analysis method used is the SWOT data analysis method. The result of this design is the design of the user interface for the Brassco Gallery website and its prototype that can be used as a reference for the owner in building the Brassco Gallery website.

Keywords: Brassco Gallery, *User Interface*, *Website*

1. PENDAHULUAN

Seni relief merupakan salah satu seni yang termasuk dalam seni kriya atau seni yang diolah menggunakan tangan. Seni relief telah ada sejak zaman dahulu dan hingga saat ini berkembang. Seni relief adalah seni ukir gambar yang diterapkan dalam beberapa media dengan permukaan yang keras, salah satunya adalah menggunakan media logam (Ahmadi & Sumadi, 2019).

Karya seni relief logam di Indonesia saat ini tidak banyak karena diperlukan ketekunan dan kesabaran dalam proses pembuatannya, sehingga tidak semua orang mampu dan mau menekuni profesi ini. Brassco Gallery sendiri yang merupakan salah satu sanggar seni di bidang logam, terutama berfokus dalam membuat karya seni lukisan relief logam berharap dapat turut ikut serta melestarikan seni relief logam untuk tetap ada dan lestari.

Brassco Gallery merupakan penerus kedua dari keluarga besar yang menggeluti karya seni relief logam sejak tahun 80an. Sehingga tahun 2007, didirikanlah Brassco Gallery yang di mana sejak saat itu pemilik yang bernama Budhi Brassco dan timnya terus berinovasi dalam karya yang dibuat, baik motif maupun ukuran. Proses pembuatan seni relief logam dikerjakan secara manual, tidak menggunakan cetakan dan dikerjakan oleh tangan terampil pengrajin profesional yang sudah belasan tahun menekuni bidang ini. Brassco Gallery akan terus berinovasi dalam mencipta karya-karyanya yang sangat unik dan langka menjadi karya unggulan yang memiliki prestise dan kebanggaan bagi para kolektor dan penikmatnya yang mempunyai selera *exclusive* dalam memilih suatu karya seni. Untuk karya Brassco Gallery ini dibanderol mulai dari 1 jutaan hingga 50 jutaan. Oleh karena itu, *client* dari Brassco Gallery yang sudah menyewa jasanya hanyalah untuk kalangan atas, seperti BUMN, Perusahaan, Perhotelan, dan Perbankan. Brassco Gallery juga sering menampilkan karya-karyanya melalui *event* pameran, dan di sanalah tempat di mana orang-orang yang berasal dari luar negeri seperti Amerika, Jepang, Denmark, Taiwan, Malaysia, dan India membeli lukisan milik Brassco Gallery, sehingga bisa dijadikan *souvenir* untuk dibawa ke negeri asal mereka. Selain itu, *client* Brassco Gallery tertarik untuk membeli karena karyanya merupakan karya yang *exclusive* terbuat dari bahan lembaran plat logam kuningan yang biasanya dibeli di Jakarta dan Bandung, serta dikerjakan secara *handmade* oleh tangan profesional. *Client* Brassco Gallery ini bisa membuat *custom order* ataupun memilih karya yang *ready stock*.

Selama ini, media promosi dari Brassco Gallery hanya menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk melakukan promosi produknya. Sedangkan, mimpi besar Brassco Gallery sendiri adalah untuk memperkenalkan karya-karyanya tidak hanya di dalam negeri, namun juga mendapat apresiasi secara global dan mendunia. Menjadi karya unggulan, kebanggaan Bangsa Indonesia. Oleh karena itu, penggunaan *website* dibutuhkan sebagai media promosi tambahan guna menjangkau *customer* lebih luas atau lingkup internasional.

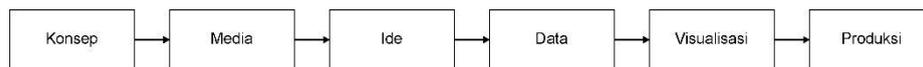
Website merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada *website* disebut dengan *web page* dan *link* dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu halaman ke halaman yang lain, baik diantara halaman yang disimpan dalam server maupun server di seluruh dunia (Kala, 2021). Saat ini *website* merupakan media promosi yang lengkap dan merupakan sarana informasi dan komunikasi yang *up to date*, banyak masyarakat yang mengakses internet seperti media sosial maupun *website* untuk beberapa keperluan tertentu seperti komunikasi, mengakses informasi, membeli barang atau kebutuhan pribadi dan menyewa jasa melalui media *website*. Dengan media promosi tersebut memberikan keuntungan perusahaan karena *website* mudah diakses dan jangkauan *website* lebih luas, sehingga memudahkan para konsumen membeli produk dari perusahaan tersebut (Said, 2020).

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Promosi juga dapat membantu pemasaran dan meningkatkan penjualan (Said, 2020).

Oleh sebab itu, dengan latar belakang di atas penelitian ini mengenai “Perancangan Desain *User Interface Website* Brassco Gallery sebagai Sarana Informasi dan Promosi untuk Memperluas Jangkauan *Customer*”. Diharapkan dengan perancangan desain *user interface website* yang efektif, Brassco Gallery dapat menjangkau calon *customer* dengan jangkauan pasar lebih luas atau internasional, dan bisa meningkatkan kepercayaan calon *customer* agar bisa membeli produk Brassco Gallery.

2. METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan *user interface website* Brassco Gallery ini dari Hendratman (2010: 9). Berikut proses perancangannya bisa dilihat dari diagram di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Metode Perancangan
Sumber: (Hendratman, 2010)

Berikut ini adalah penjelasan dari diagram di atas:

- a. Konsep, pada tahap ini menentukan konsep perancangan apa yang akan dibuat berdasarkan segmen yang dituju, dalam hal ini konsep yang sesuai untuk *client* Brassco Gallery.
 - b. Media, pada tahap ini menentukan media apa yang akan digunakan, dalam hal ini menggunakan media *website*.
 - c. Ide, pada tahap ini penulis menentukan ide apa yang sesuai dengan perancangan berdasarkan data yang didapat, dalam hal ini menentukan ide desain *user interface website* yang sesuai dengan Brassco Gallery.
 - d. Data, dalam hal ini data dibagi menjadi 2, data informatif atau data teks, dan data estetis atau data gambar. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi literatur.
 - e. Visualisasi, tahap ini dilakukan dengan teknik manual atau digital, pada perancangan ini penulis menggunakan *software* pengolah gambar seperti Figma dan CorelDraw.
 - f. Produksi, merupakan tahapan yang diperlukan jika desain tersebut membutuhkan percetakan. Proses dari diagram di atas bukan ukuran baku, artinya urutan dari proses tersebut bisa disesuaikan dengan perancangan desain yang akan dibuat.
- Berikut proses perancangan yang penulis gunakan bisa dilihat dari diagram di bawah ini:



Gambar 2. Diagram Metode Perancangan
Sumber: (Hendratman, 2010)

Pada gambar di atas, penulis memulai proses dengan tahap Data terlebih dahulu. Kemudian, dilanjutkan dengan Konsep, Media, Ide, dan Visualisasi. Sedangkan, untuk tahap Produksi, karena media yang akan dihasilkan berupa media digital, maka tidak memerlukan pencetakan atau tahapan ini tidak digunakan.

2.1 Data

Metode pengumpulan data merupakan tahapan Data dari metode perancangan yang digunakan. Terdiri dari berbagai macam sumber diantaranya:

1. Data Primer:
 - a. Observasi

Penulis melakukan riset ke tempat penelitian Brassco Gallery yang berada di Kios Blok C No. 9, Jl. Sukalila Utara, Kota Cirebon.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber yaitu *owner* Brassco Gallery yaitu Bapak Budhi Brassco untuk mendapatkan berbagai macam data seputar Brassco Gallery, mulai dari awal mulai usaha berdiri, produk apa saja yang sudah dihasilkan, dan strategi promosi yang sudah dilakukan. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara secara langsung dengan salah satu *client* dari Brassco Gallery.

2. Data Sekunder:

a. Studi Literatur

Pencarian sumber data dan referensi dari buku-buku, artikel, skripsi, maupun makalah. Metode kepustakaan dilakukan dengan mencari referensi yang berkaitan tentang *user interface* dan *website*.

Begitu pula pada tahap analisis data berikut, yang merupakan tahapan dari Data pada metode perancangan yang penulis gunakan. Analisis data yang digunakan dalam perancangan desain *user interface website* ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT ini mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT ini pada dasarnya dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dan mampu meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari dalam dan luar perusahaan (Wulandari, 2020). Selanjutnya, analisis data digunakan sebagai strategi dalam merancang desain *user interface website* Brassco Gallery dengan cara menggabungkan dua komponen menjadi satu seperti berikut ini:

1. *Strengths* dan *Opportunities*

Brassco Gallery menghasilkan produk yang spesial dan *exclusive*, karena seni relief logam merupakan seni yang kini kian langka dan jarang ditekuni oleh pengrajin seni lainnya. Selain itu, Brassco Gallery sudah dipercaya oleh berbagai macam tokoh terkenal di Indonesia yang membuatnya bisa lebih mendapat kepercayaan calon konsumen ketika mengikuti pameran-pameran seni yang ada di Indonesia, di mana pada pameran tersebut terdapat orang-orang penikmat seni yang berasal dari dalam dan luar negeri. Berdasarkan kesimpulan tersebut, strategi yang akan digunakan adalah menampilkan berbagai macam hasil produk Brassco Gallery dan juga klien yang sudah menyewa jasanya, terutama tokoh terkenal di Indonesia, diantaranya Presiden RI, Bapak Joko Widodo, Kemendikbud, Bapak Sandiaga Uno, dan Menteri BUMN, Bapak Erick Thohir, pada desain *website* yang akan dirancang.

2. *Strengths* dan *Threats*

Karena produk terbuat dari lembaran plat logam khusus dan dikerjakan secara *handmade* oleh para pengrajin profesional, maka produk yang dihasilkan Brassco Gallery lebih berkualitas dan lebih baik, dari pada produk kerajinan yang ada di sekitar Brassco Gallery yang menawarkan harga lebih terjangkau. Berdasarkan paparan tersebut, strategi yang digunakan adalah menampilkan video pembuatan seni relief logam produk Brassco Gallery yang memberi kesan bahwa produk tersebut *handmade* dan dikerjakan oleh tangan pengrajin profesional, pada desain *website* yang akan dirancang.

2. *Weakness* dan *Opportunities*

Meskipun harga produk yang dibanderol oleh Brassco Gallery relatif mahal, namun seni relief logam sendiri jarang ditekuni oleh para pengrajin seni lainnya dan kompetitor dalam bidangnya juga terlihat minim serta merupakan seni yang langka, sehingga bisa membuat calon konsumen tertarik dengan produknya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka strategi yang bisa digunakan adalah menampilkan keunggulan-keunggulan yang hanya dimiliki produk Brassco Gallery dibandingkan dengan kompetitor atau seni kerajinan lainnya, pada desain *website* yang akan dirancang.

3. *Weakness* dan *Threats*

Brassco Gallery harus berinovasi dalam melakukan promosi kembali seperti yang sudah dilakukan oleh para kompetitornya. Dalam hal ini, Brassco Gallery membutuhkan *website* sebagai wadah untuk informasi dan melakukan kegiatan promosi sehingga dapat menjangkau

target pasar lebih luas lagi. Oleh karena itu, strategi yang digunakan adalah membuat desain website yang sesuai dengan citra dari Brassco Gallery dan menampilkan berbagai macam informasi, seperti hasil produk, informasi perusahaan, hingga cara memesan produk tersebut.

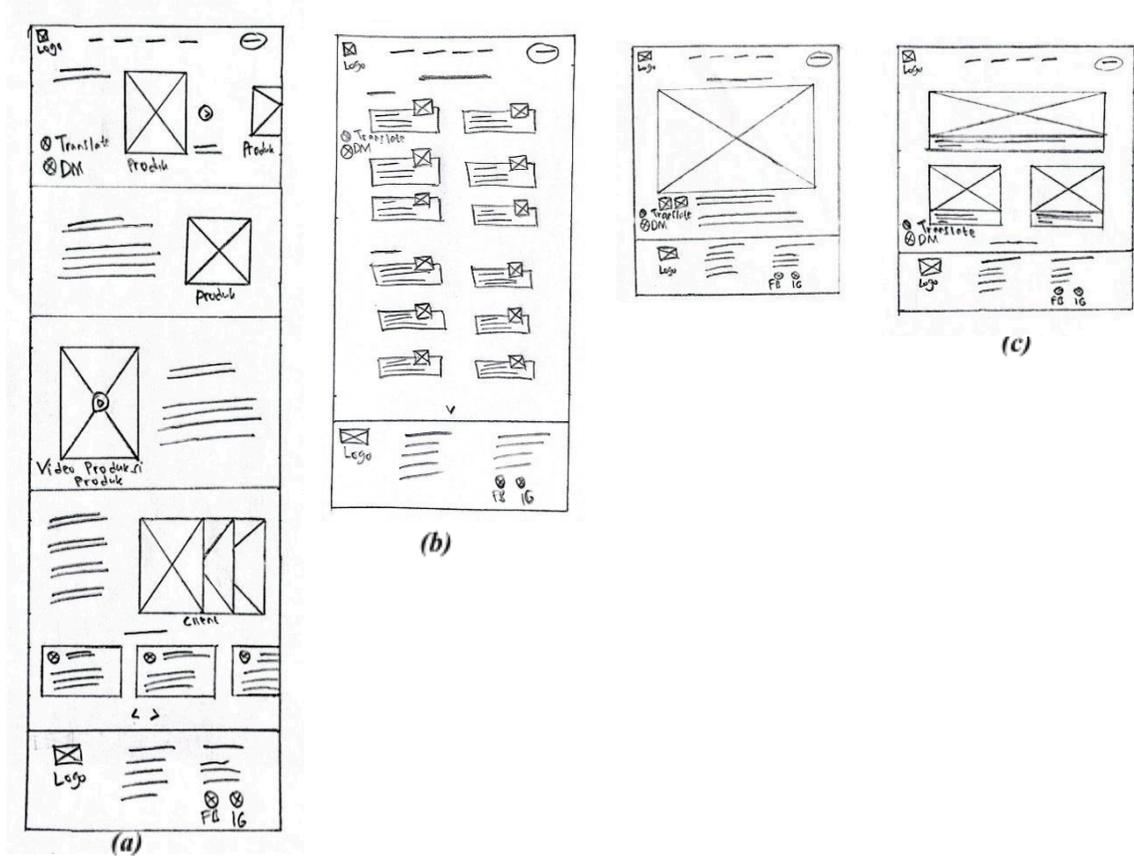
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

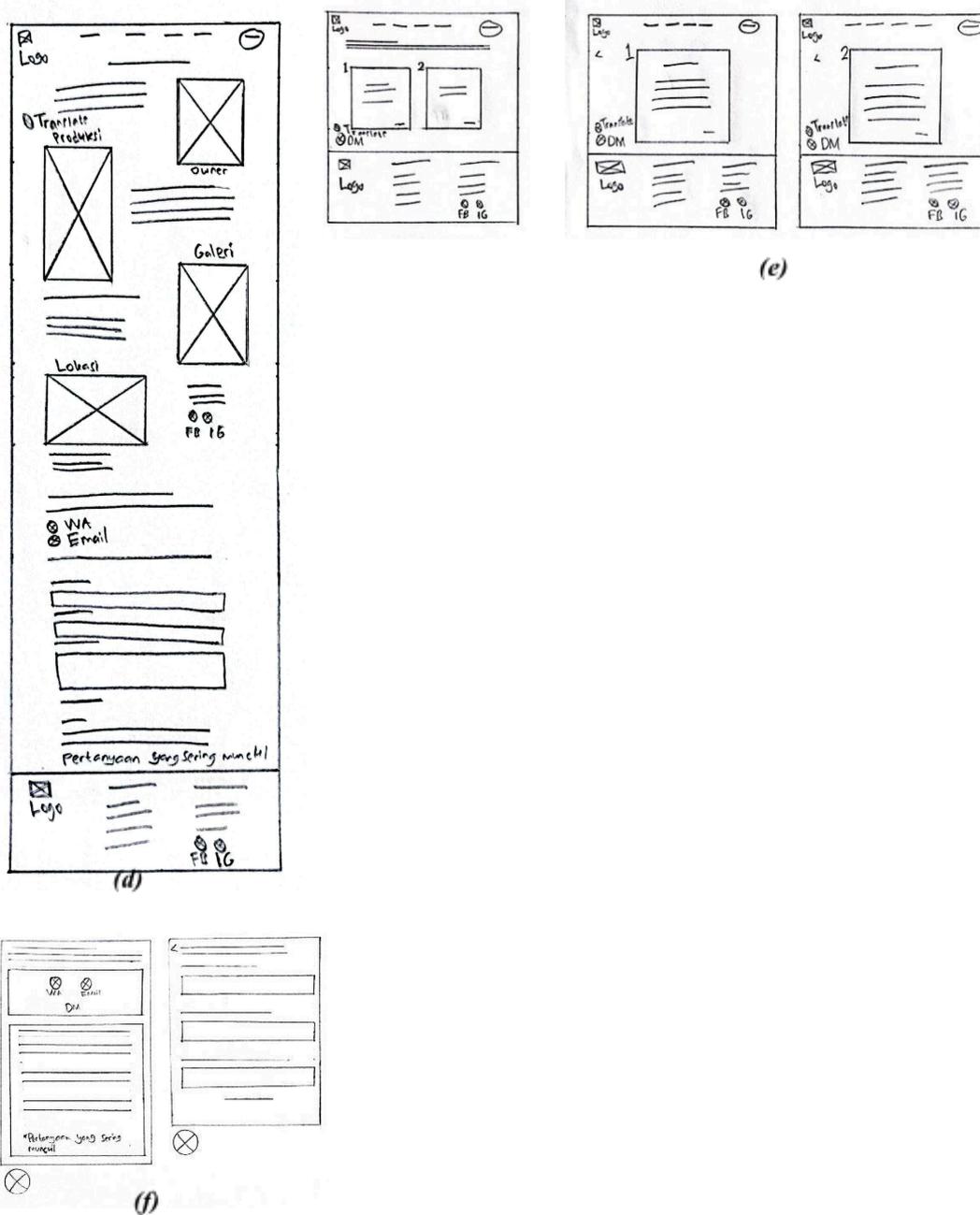
3.1 Visualisasi

Pada tahap ini merupakan tahapan Visualisasi dari metode perancangan yang digunakan. Terdiri dari sketsa, *wireframe* dan desain akhir.

1. Sketsa Desain *Website*

Proses sketsa desain *website* dilakukan secara manual pada selembar kertas, berikut ini hasil dari sketsa tersebut:

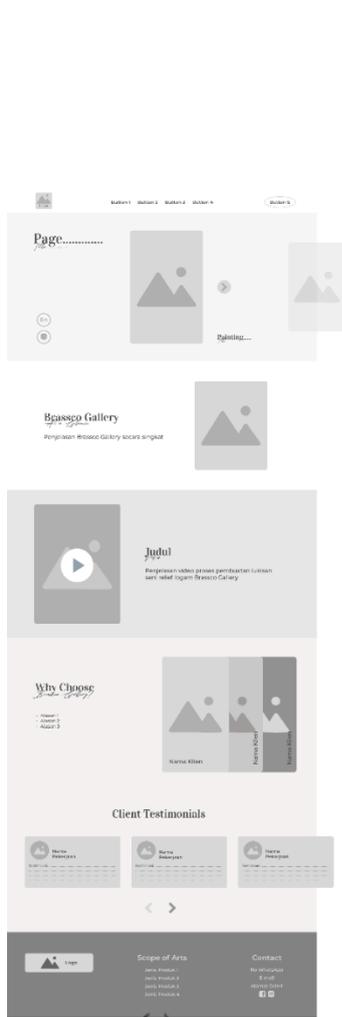




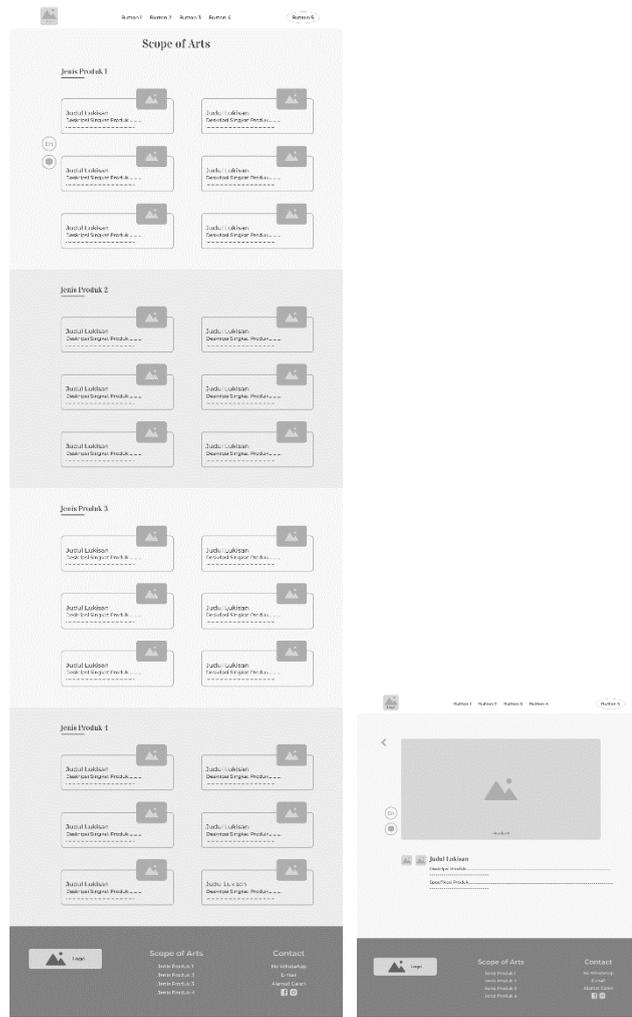
**Gambar 8. (a) Sketsa Desain Home Page, (b) Sketsa Desain Gallery Page, (c) Sketsa Desain Article Page, (d) Sketsa Desain About Us Page, (e) Sketsa Desain How to Order Page, (f) Sketsa Desain Fitur Direct Message
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023**

2. Wireframe Design Website

Pada tahap ini, penulis membuat *wireframe* atau sketsa dalam bentuk digital menggunakan *software* Figma. *Wireframe* yang dibuat memiliki ukuran 1366 x 768. Berikut ini adalah hasil dari *wireframe* yang sudah dibuat:



(a)



(b)



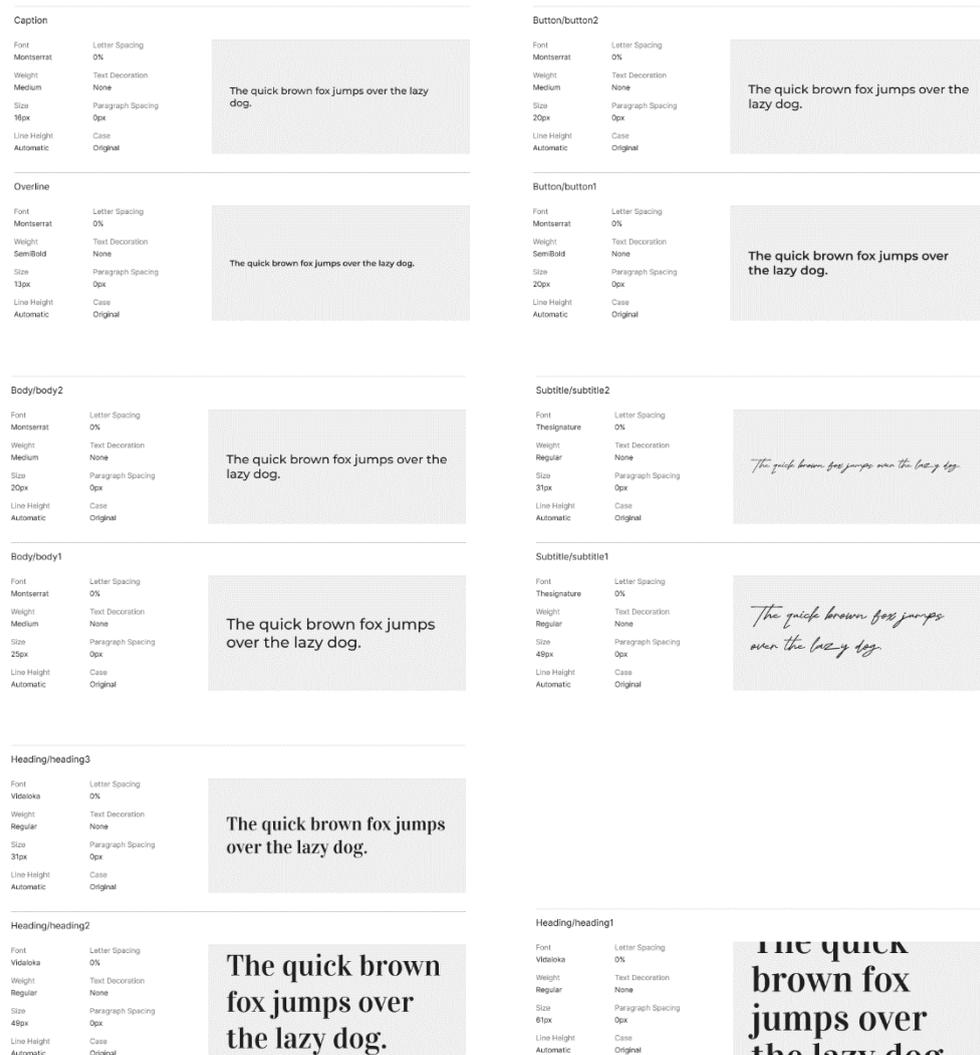
Gambar 9. (a) Wireframe Desain Home Page, (b) Wireframe Desain Gallery Page, (c) Wireframe Desain Article Page, (d) Wireframe Desain About Us Page, (e) Wireframe Desain How to Order Page, (f) Wireframe Desain Fitur Direct Message
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023

3. Desain Akhir *Website*

Pada tahap ini, penulis melanjutkan dari tahap pembuatan *wireframe* dengan membuat desain akhir dan masih tetap menggunakan *software* Figma. Sebelum merancang desain akhir, penulis membuat *style guide* terlebih dahulu sebagai panduan dalam menentukan ukuran font dan warna yang akan digunakan. Berikut ini adalah *style guide* dan desain akhir *website* yang sudah dibuat.

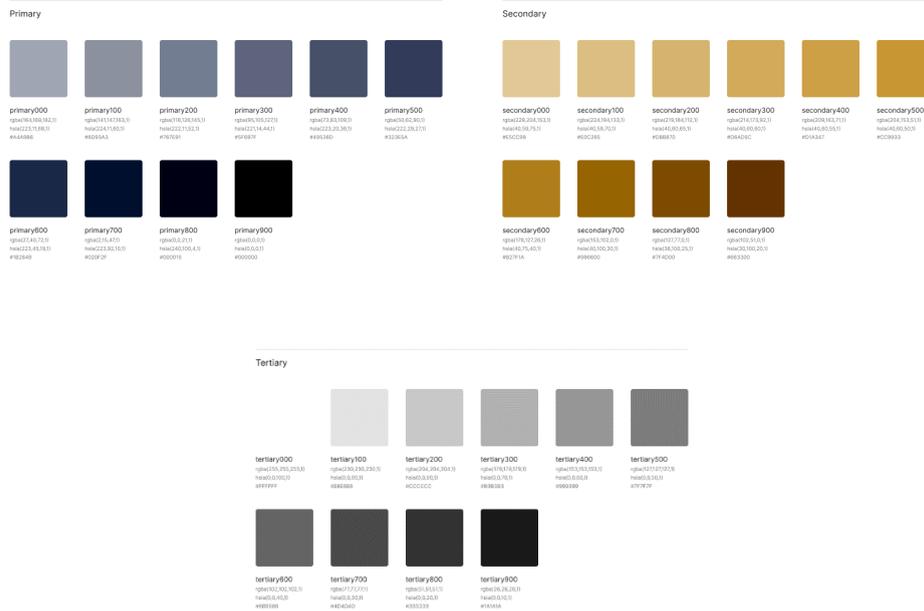
a. *Style Guide*

Typography Style



Gambar 10. Typography Style Website Brassco Gallery
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023

Color Style



Gambar 11. Color Style Website Brassco Gallery
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023

b. Desain Akhir Website



Gambar 12. (a) Desain Akhir Home Page Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Halaman Beranda Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023



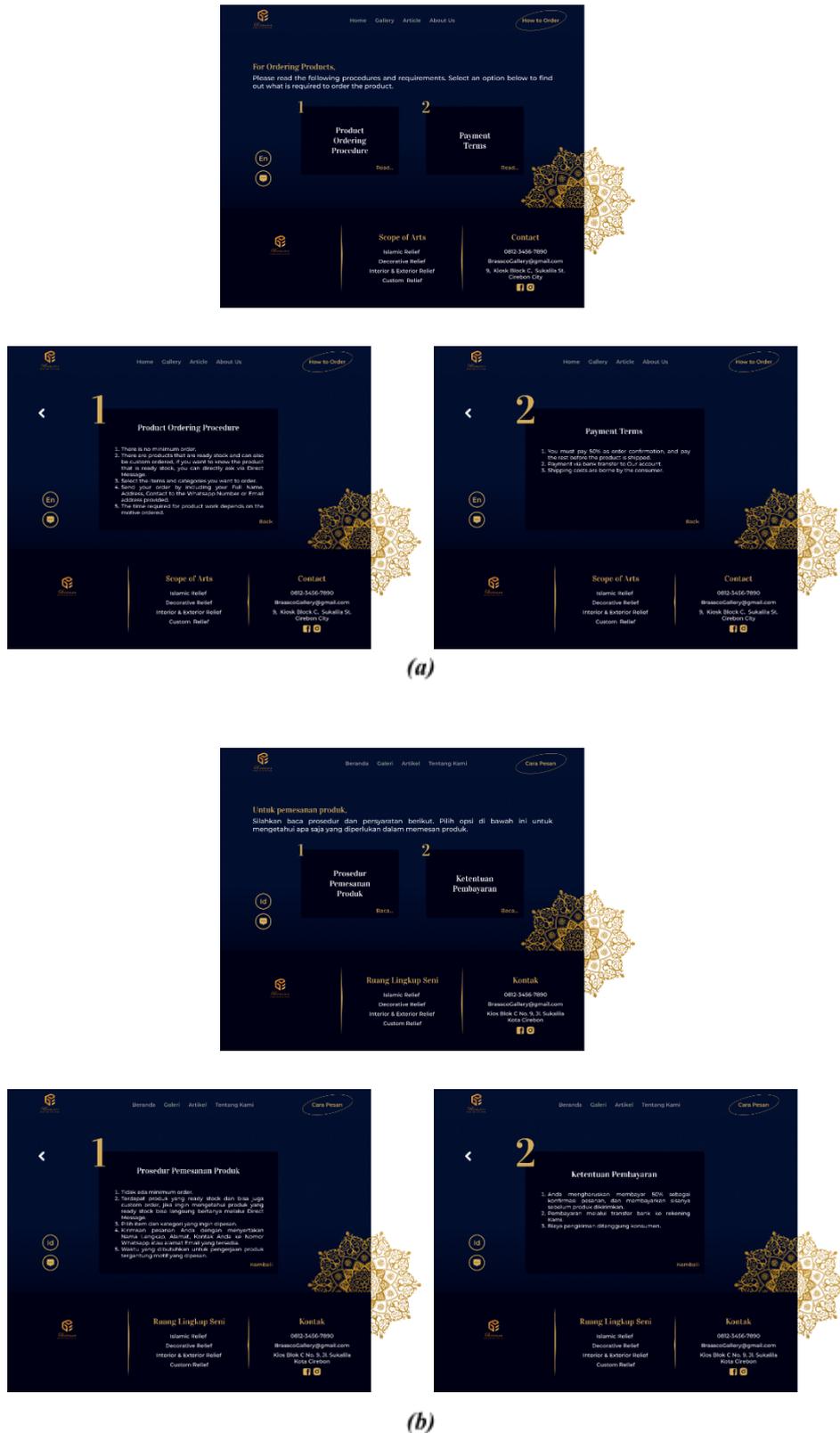
Gambar 13. (a) Desain Akhir Gallery Page Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Halaman Galeri Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023



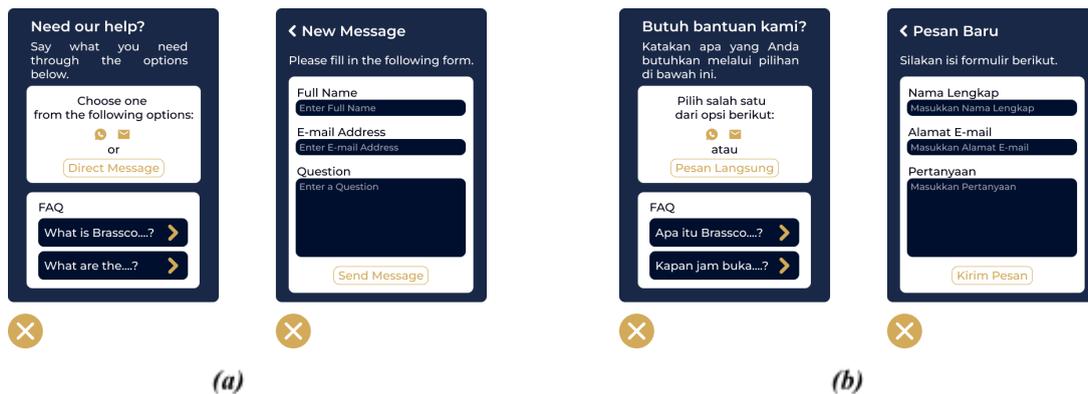
Gambar 14. (a) Desain Akhir Article Page Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Halaman Artikel Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023



Gambar 15. (a) Desain Akhir About Us Page Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Halaman Tentang Kami Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023



Gambar 16. (a) Desain Akhir How to Order Page Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Halaman Cara Pesan Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023



Gambar 17. (a) Desain Akhir Fitur Direct Message Bahasa Inggris. b) Desain Akhir Fitur Pesan Langsung Bahasa Indonesia
Sumber: Dokumentasi Penulis 2023

4. KESIMPULAN

Perancangan desain *user interface website* Brassco Gallery ini bertujuan menghasilkan desain *user interface website* yang baik dan efektif untuk Brassco Gallery sebagai sarana informasi guna memperluas jangkauan *customer*. Brassco Gallery sendiri memiliki peluang yang cukup besar dalam pasar kesenian, karena merupakan pengrajin seni relief logam, yang di mana seni ini tidak banyak dan jarang ada pengrajin seni lainnya yang menggeluti seni tersebut.

Perancangan ini menggunakan konsep spesial, *exclusive* dan *vintage* dalam merancang desain *user interface website* Brassco Gallery yang di mana sesuai dengan karakteristik dari *brand* tersebut. Dengan bantuan dari beberapa *software* yang penulis gunakan memudahkan perancangan desain *user interface website* ini. Salah satu *software* yang digunakan adalah Figma yang merupakan *software* untuk mendesain *user interface website* beserta prototipe nya.

Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat menjadi referensi bagi *owner* Brassco Gallery dalam membangun *website*. Sehingga, sarana promosi Brassco Gallery dalam menjangkau target pasar lebih luas lagi tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A., & Sumadi. (2019). *KARYA CIPTA RELIEF*. Surakarta: ISI PRESS.
- Hendratman. (2010). *Tips n Trix Computer Graphics Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- Himawan, H., dan Yanu F, M. (2020). *Interface User Experience*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Kala, A.Cinderry. (2021). *Perancangan User Interface Berbasis Website Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarness Pada UMKM Restu Dian Prima Tour dan Transport*. Disertai Doktor pada FTI UD Surabaya: tidak diterbitkan.
- Maulana, R.Taufiq. (2020). *Perancangan User Interface User Experience Dengan Metode User Centered Design Pada Aplikasi Mobile Auctentik*. Disertai Doktor pada FTI Universitas Islam Indonesia: tidak diterbitkan.
- Nimpuno, S.Adipratama. (2015). *Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Sanggar Eltigo Clay dan Drawing Class Sleman, Yogyakarta*. Disertai Doktor pada FBS UNY Yogyakarta: tidak diterbitkan.
- Reynaldi, A. (2019). *Perancangan Desain User Intarface (UI) Aplikasi Pencari Kost*. Disertai Doktor pada FSD Universitas Negeri Makassar: tidak diterbitkan.
- Said, D.Andika. (2020). *Perancangan Desain Website Untuk Media Promosi Graceadorable*. Disertai Doktor pada FSRD ISI Surakarta: tidak diterbitkan.
- Schlatter, T., dan Levinson, D. (2013). *Visual Usability*. USA: Ingenix, Inc.

- Sitorus, O. Fitriana., dan Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Wulandari, D. (2020). *Analisis SWOT Pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat*. Disertai Doktor pada FEB Islam UIN Walisongo Semarang: tidak diterbitkan.