



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**62<sup>th</sup>**  
Ulang Tahun  
Universitas Tarumanagara

**LPPM UNTAR**  
Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian kepada Masyarakat

**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA 2021



**E-ISSN: 2809-509X**

**Vol. 1 No. 1  
Desember 2021**

  
**SERINA III**  
UNTAR 2021

Seri Seminar Nasional Ke-III Universitas Tarumanagara Tahun 2021 (Serina III Untar 2021)

**PROSIDING**

  
**SERINA III**  
UNTAR 2021

Seri Seminar Nasional Ke-III Universitas Tarumanagara Tahun 2021  
(Serina III Untar 2021)

HARI DAN TANGGAL:

**KAMIS**  
**02**  
DESEMBER  
**2021**

**“ NILAI BUDAYA INDIGENOUS  
SEBAGAI PENDUKUNG  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT  
DI ERA INDUSTRI 4.0 ”**

**SEKRETARIAT:**

Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Tarumanagara  
Jl. Letjend. S. Parman No.1,  
Jakarta 11440

ISSN 2809-509X



9 772809 509008

 [serina.untar.ac.id](http://serina.untar.ac.id)



Untar Jakarta



Untar.ac.id

**UNTAR untuk INDONESIA**

## PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI UNTUK ASOSIASI PROFESI HIMPUNAN TEKNIK ILUMINASI INDONESIA

Endah Setyaningsih<sup>1</sup>, Jeanny Pragantha<sup>2</sup>, Amalia Setyowulan<sup>3</sup>,  
Asrullah Ahmad<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Elektro, Universitas Tarumanagara  
Surel: endahs@ft.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tarumanagara  
Surel: jeannyp@fti.untar.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara  
Surel: amaliasetyowulan@gmail.com

<sup>4</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Bunda Mulia  
Surel: [asrullahmanyala@gmail.com](mailto:asrullahmanyala@gmail.com)

### ABSTRACT

*A profession ideally has a professional association, which can be a space for professionals with certain scientific fields and disciplines to carry out activities in accordance with scientific disciplines and ethics. The formation of associations is carried out legally and has clear recognition from the government. Professional associations that aim to become a forum for the professional community should have several alternative information media as an extension of the organization's arm for professionals and the public. Some of the information media that are currently widely used are web pages, Instagram, and YouTube. The Indonesian Illuminating Engineering Society (HTII) is one of the professional associations whose existence has been sufficiently recognized in Indonesia. Established on 7 May 1991 in Jakarta, until now it is still very active in various activities in the field of illumination. The development of HTII is not followed by the presence of information media that can be reached by many people, one of which is the existence of a web site. HTII once had a website page, but there was no continuous improvement, so there was no website page. For this reason, the purpose of implementing this PKM is to create a website page. The existence of a website is a form of communication and information for members and for online registration of new members. This PKM implementation method is in the form of designing a website design, while the program is carried out by other PKM implementers, so that a complete HTII website is formed. The design of the HTII website page uses a design thinking approach in designing the User Interface. Later this website will then be tested heuristically to people who are experts in the field of information and technology. In this activity, a dummy design draft has been produced in the form of an interface page in the form of an offline visual template which is in the program process stage towards a prototype in the form of an interactive page.*

**Keywords:** Website; Design; User Interface; HTII; Profesional Organization.

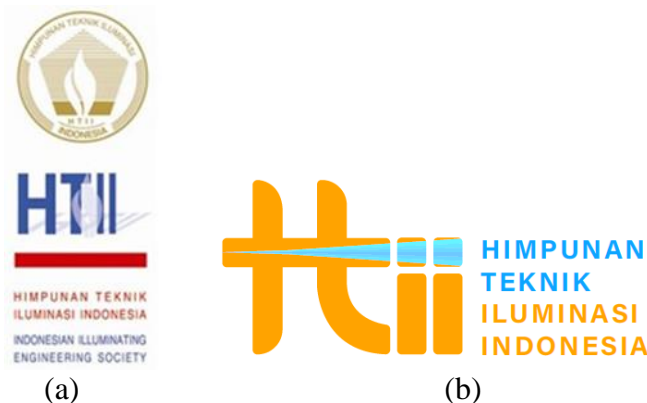
### ABSTRAK

Suatu profesi idealnya memiliki asosiasi profesi, yang bisa menjadi ruang bagi kalangan profesional dengan bidang keilmuan dan disiplin tertentu untuk berkegiatan sesuai dengan disiplin dan etika keilmuan. Pembentukan asosiasi dilakukan secara legal dan pengakuan yang jelas dari pemerintah. Asosiasi profesi yang bertujuan untuk menjadi wadah bagi masyarakat profesional sebaiknya memiliki beberapa alternatif media informasi sebagai perpanjangan tangan organisasi bagi profesional dan masyarakat umum. Beberapa media informasi yang saat ini banyak dipakai berupa website, instagram, dan youtube. Himpunan Teknik Iluminasi Indonesia (HTII) merupakan salah satu asosiasi profesi yang keberadaannya telah cukup diakui di Indonesia. Berdiri pada 7 mei 1991 di Jakarta, hingga saat ini masih sangat aktif dalam berbagai kegiatan di bidang iluminasi. Perkembangan HTII kurang diikuti dengan kehadiran media informasi yang bisa dijangkau banyak orang, salah satunya adanya website. HTII pernah memiliki website, tapi kurang dilakukan perbaikan berkelanjutan, sehingga menjadi tidak ada websitenya. Untuk itu sebagai tujuan pelaksanaan PKM ini dilakukan pembuatan website. Adanya website adalah sebagai bentuk komunikasi dan informasi bagi para anggota dan untuk pendaftaran anggota baru secara online. Metode pelaksanaan PKM ini berupa merancang desain website, sementara untuk programnya dilakukan oleh pelaksana PKM lainnya, sehingga terbentuk secara lengkap website HTII. Perancangan halaman website HTII menggunakan pendekatan desain *thinking* dalam merancang *User Interface*. Nantinya website ini kemudian akan diuji secara *heuristic* kepada orang-orang yang ahli di bidang informasi dan teknologi. Dalam kegiatan ini telah dihasilkan *draft dummy* desain yang berupa halaman antarmuka berupa visual template *offline* yang sedang dalam tahap proses program menuju prototipe berbentuk halaman interaktif.

**Kata Kunci:** Web; Design; *User Interface*; HTII; organisasi profesi.

## 1. PENDAHULUAN

Era saat ini banyak diklaim sebagai masa keemasan dunia digital. Interaksi antar manusia, komunitas, dan organisasi banyak sekali dilakukan melalui platform berbasis digital seperti media sosial, aplikasi dan website. Pola komunikasi seperti itu diikuti dengan dukungan perkembangan teknologi dan keilmuan dibidang tersebut secara signifikan, sehingga pelaku komunikasi yang berbentuk personal, kelompok ataupun organisasi dituntut harus mengikuti atau memiliki berbagai platform digital sebagai sarana komunikasi dan informasi. Himpunan Teknik Iluminasi Indonesia (HTII) merupakan salah satu asosiasi profesi formal yang ada di Indonesia, sebagai sebuah organisasi profesi yang tentunya ingin berkembang HTII sudah seharusnya mengikuti perkembangan teknologi komunikasi informasi ter-*update*. Sejauh ini tentu sudah ada berbagai upaya dilakukan pihak HTII dalam memenuhi keperluan di sektor komunikasi dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan asosiasi tersebut. Misalnya pengajuan kerja sama, perekrutan anggota baru dan penyediaan akses informasi terbuka untuk publik terkait kegiatan-kegiatan dan pencapaian-pencapaian yang telah digapai HTII selama ini. Salah satu upaya konkrit yang telah dilakukan adalah pembaruan logo (Gambar 1) dan identitas *serta social media engagement* yang dinilai telah cukup berhasil dalam menyerukan geliat kinerja optimis dari organisasi HTII kepada masyarakat. Adapun *social media* yang digunakan HTII adalah facebook, Instagram dan whatsapp. Logo HTII mulai berlaku sesuai kongres yang telah dilakukan oleh HTII pada tanggal 23 Juni 2021. Penentuan logo ini berdasarkan 5 desain alternatif dalam ‘Pembaruan Visual Logo HTII sebagai Upaya *Rebranding* Organisasi Profesi Nonprofit’ (Amalia, 2020).



Gambar 1. Logo HTII (a) Logo HTII lama (b) Logo HTII yang berlaku mulai 2021  
(Sumber: HTII)

Penggunaan *social media* sebagai sebuah sarana komunikasi informasi terbuka tentu terasa manfaatnya. Namun ada banyak sekali keterbatasan yang membuat beberapa *social media* tidak bisa maksimal dalam menyampaikan informasi. Salah satu di antaranya adalah limitasi bentuk tampilan yang telah menggunakan pakem atau template bawaan yang tidak fleksibel atau tidak bisa di kustomisasi, segmentasi dan algoritma yang terus menerus berubah, dan tuntutan harus selalu ter-*update* agar *engagement* tetap terjaga. Hal ini membuat sebuah harapan dari sebuah sarana komunikasi organisasi profesi yang harusnya bisa *auto pilot* semakin jauh. Adanya tingkat fleksibilitas yang tertahan beberapa limitasi juga menyebabkan penyampaian informasi terstruktur, terencana dan lengkap yang berbeda untuk setiap organisasi profesi juga sulit untuk diberikan melalui *social media*. Sebagai upaya untuk melengkapi sektor sarana komunikasi informasi HTII, untk itu perlu dibuat sebuah media lain yang juga berbasis internet namun

dengan penggunaan lebih fleksibel namun tetap bisa diakses publik. Salah satu media yang dianggap cocok adalah website.

Secara ideal sebuah organisasi profesi memang selayaknya memiliki media sarana informasi berupa website. Hal ini dinilai bisa memberikan banyak sekali manfaat baik secara internal ataupun external. Namun yang paling disadari adalah penyaluran informasi, seringkali penyebaran informasi yang dilakukan HTII melalui media sosial agak sulit untuk diakses karena telah tertutup dengan konten media sosial lainnya, selain itu di mesin pencarian kalah pamor dengan konten media sosial lain yang lebih bersifat entertain. Hal ini pun dibenarkan oleh pihak HTII yang memberikan keterangan melalui *Forum Group Discussion* (FGD) menyampaikan bahwa HTII sangat membutuhkan media sarana informasi yang bisa diakses kapan saja, memiliki fitur untuk mengakses kembali kegiatan yang bersifat historis, arsip, dan berbagai informasi yang sebaiknya dilihat dan terjelaskan secara lengkap dan terstruktur. Selain itu media ini juga cukup ampuh menjadi alternatif sebagai media promosi untuk HTII dalam memperkenalkan organisasinya dan dinilai akan cukup berguna saat ingin menyampaikan informasi terkait perekrutan anggota baru. Pandangan ini juga didukung oleh Tjiptono pada (Wibisono & Susanto, 2015) yang menyatakan bahwa definisi dari promosi adalah kegiatan yang bermaksud untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan informasi terkait keistimewaan untuk mengubah sikap atau memberikan dorongan pada seseorang untuk bertindak.

Tahun 2021 HTII telah menyadari bahwa organisasi membutuhkan sebuah media sarana komunikasi informasi dan solusi pemecahan masalah secara kreatif dalam melakukan penyebaran komunikasi informasi. Hal yang cukup ideal dengan harapan tersebut dianggap ada pada media website. Website dianggap pemecahan masalah secara kreatif yang sesuai untuk memenuhi solusi penyampaian penyebaran komunikasi informasi secara lebih luas yang tentunya menjadi harapan dari asosiasi profesi HTII. Yuhfizar dalam (Priyono dkk, 2020) menyatakan bahwa website merupakan cara untuk memberikan informasi yang berupa tulisan, audio, video, visual graphic, image dan beragam interaktifitas media yang terhubung dalam berbagai dokumen dan bisa diakses dengan menggunakan browser.

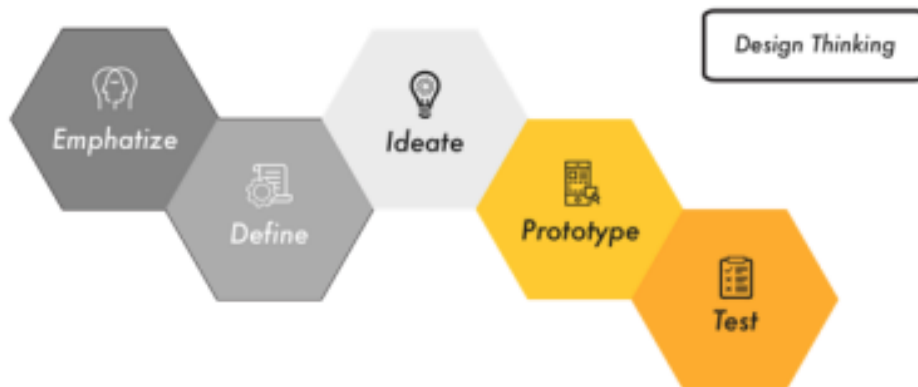
Pada kegiatan ini akan dijabarkan mengenai proses hasil perancangan website HTII yang dirancang dengan menggunakan metode *design thinking*. Pendekatan *design thinking* digunakan karena dianggap cukup sesuai dan ideal untuk perancangan website yang meliputi perencanaan, riset, tahap desain dan tahap tes. Metode ini juga telah beberapa kali digunakan oleh beberapa pihak dalam melakukan deretan perancangan terkait tampilan antarmuka dan website secara keseluruhan. Soyupak & Humanur dalam (Wibowo, 2020) menyatakan bahwa *design thinking* adalah sebuah pendekatan untuk menemukan solusi dari suatu permasalahan dengan melibatkan calon pengguna agar produk yang dibuat bisa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pengguna. Lebih lanjut White dalam (Wibowo, 2020) juga menyatakan bahwa metode *design thinking* memiliki keunggulan yang bisa memantik ide kreatif melalui fase ide hingga implementasi. Brown dalam (Musyidah dkk, 2019) juga membagi tahapan *design thinking* ke dalam beberapa tahap antara lain adalah *Emphasize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test*. *Design thinking* dalam kegiatan ini digunakan sebagai metode untuk melakukan perancangan website mulai dari pengumpulan masalah dan data, tahap desain dan pengujian. Perancangan sejauh ini telah menghasilkan draft tampilan halaman atau tampilan halaman antar muka (*desain interface*) dalam bentuk visual draft *dummy*.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan ini merupakan bentuk tindak lanjut dari keinginan besar HTII untuk melebarkan media sarana komunikasi informasi organisasi. Terdapat serangkaian proses pengumpulan data dan proses desain dalam kegiatan ini. Diantaranya adalah proses pengumpulan data pada anggota internal HTII sebagai landasan untuk memulai perancangan. Pengumpulan data ini dilakukan

dalam bentuk FGD. Data ini kemudian dikemas dalam sebuah bentuk *creative brief* yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Lisfya dan Dawami pada penelitiannya di tahun (2018). Pembuatan *creative brief* ini bertujuan agar data lebih mudah untuk dibaca dan dipahami oleh tim desain yang sebelumnya telah dibentuk HTII. Setelah data dari FGD berhasil dikumpulkan kemudian tim yang telah dibentuk HTII mulai menggunakan data tersebut sebagai dasar untuk perancangan menggunakan *design thinking* yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian selanjutnya.

Paparan tentang tujuan dari HTII untuk pembuatan website telah dijelaskan pada bagian pendahuluan. Selanjutnya setelah data sebagai acuan perancangan yang *human centered* berhasil dikumpulkan maka kegiatan selanjutnya memasuki tahap perancangan. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan HTII sebelumnya, perancangan ini akan menggunakan metode pendekatan *design thinking*. Metode ini diketahui sebagai pola pikir yang fokus membangun pemecahan masalah, dimulai dari empati terkait kebutuhan yang berpusat pada manusia (*human centered*) kemudian berlanjut pada inovasi yang berkembang mengikuti kebutuhan dari pengguna. Lebih lanjut Razi dkk (2018) menyatakan bahwa awalnya metode ini terdiri dari tiga tahap utama yaitu tahap inspirasi, proses ide dan implementasi yang kemudian saat ini telah berkembang menjadi lima tahap utama yaitu *emphatize, define, ideating, prototyping* dan *test* (Gambar 2).



Gambar 2. Metode *Design Thinking*  
 Sumber: Razi dkk (2018)

Kelima tahapan dari *design thinking* kemudian langsung diterapkan pada perancangan website HTII. Proses dilakukan mengikuti beberapa penelitian sebelumnya yang secara runut melakukan perancangan dengan dimulai dari *empathize, define, ideating, prototyping* hingga *test*. Kelima tahapan ini meliputi implementasi desain dengan berdasar pada data-data yang telah ditemukan pada proses FGD yang dijelaskan sebelumnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan perancangan terlebih dahulu data yang telah ditemukan pada sesi FGD yang dilakukan bersama HTII disusun dalam sebuah *creative brief*. Hal ini dilakukan oleh Listya dan Dawami (2018) dengan membagi beberapa hal penting ke dalam beberapa bagian yaitu, *entity, description, problem, objective, target market, tone, and manner, what to do* dan *a must*. Perancangan website HTII *creative brief* disusun berdasarkan FGD yang telah dilakukan dengan pihak internal HTII dan menghasilkan konsep *creative brief* sesuai Tabel 1.

*Creative brief* yang telah disusun di atas kemudian dijadikan sebagai data acuan perancangan website HTII yang akan dilakukan menggunakan metode *design thinking*. Berdasarkan beberapa data yang telah dimasukkan dalam *creative brief*, tim desain yang telah dibentuk HTII kemudian mulai membaca permasalahan terlebih dahulu lalu kemudian merancang solusi permasalahan.

Setelah itu kemudian dilanjutkan pada pembuatan *prototype*. Namun pada kegiatan ini kegiatan test belum bisa dilakukan secara utuh karena sementara ini perancangan ini masih dalam proses desain dan belum sepenuhnya selesai Adapun progress yang bisa dilaporkan telah dilakukan hingga saat ini telah sampai pada tahap implementasi desain ke dalam tahap pemrograman.

Tabel 1. Konsep *creative brief*

Entitas	Organisasi nonprofit keahlian profesi dalam bidang pencahayaan. Nama Entitas: HTII (Himpunan Teknik Iluminasi Indonesia)
Deskripsi	Himpunan Teknik Iluminasi Indonesia (HTII) merupakan organisasi yang menghimpun para ahli teknik iluminasi di Indonesia dan semua orang yang berminat dibidang iluminasi. Teknik iluminasi sendiri merupakan pengetahuan tentang pencahayaan (iluminasi).
Masalah	HTII sebelumnya telah melakukan pembaruan identitas dan memiliki harapan untuk melebarkan bentuk media komunikasi informasi dalam bentuk website agar informasi yang HTII sampaikan bisa ditampilkan secara lebih lengkap, terstruktur dan mudah di akses oleh publik. Kehadiran dari sarana media komunikasi informasi ini diyakini juga dapat meningkatkan citra HTII sebagai organisasi yang professional.
Tujuan	Untuk menghasilkan website yang mampu menjadi sarana komunikasi informasi untuk publik secara lebih terstruktur dan dapat diakses oleh publik, yang juga sesuai dengan identitas terbaru HTII
<i>Target Market</i>	Perancangan ini difokuskan untuk member internal HTII, calon anggota HTII dan public yang memiliki minat dan haus akan informasi di bidang Teknik iluminasi.
<i>Tone and Manner</i>	Sama dengan identitas terbaru HTII yaitu Jujur, Mandiri & Professional
Apa yang dilakukan?	Mendesain website HTII yang sesuai dengan identitas dan bisa memenuhi harapan HTII dalam mebarkan bentuk komunikasi informasi secara terperinci dan terstruktur namun tetap bisa diakses oleh public secara meluas.
<i>A must</i>	Website HTII harus mewakili citra dan identitas visual HTII sebagai satu-satunya asosiasi di bidang keahlian pencahayaan atau iluminasi

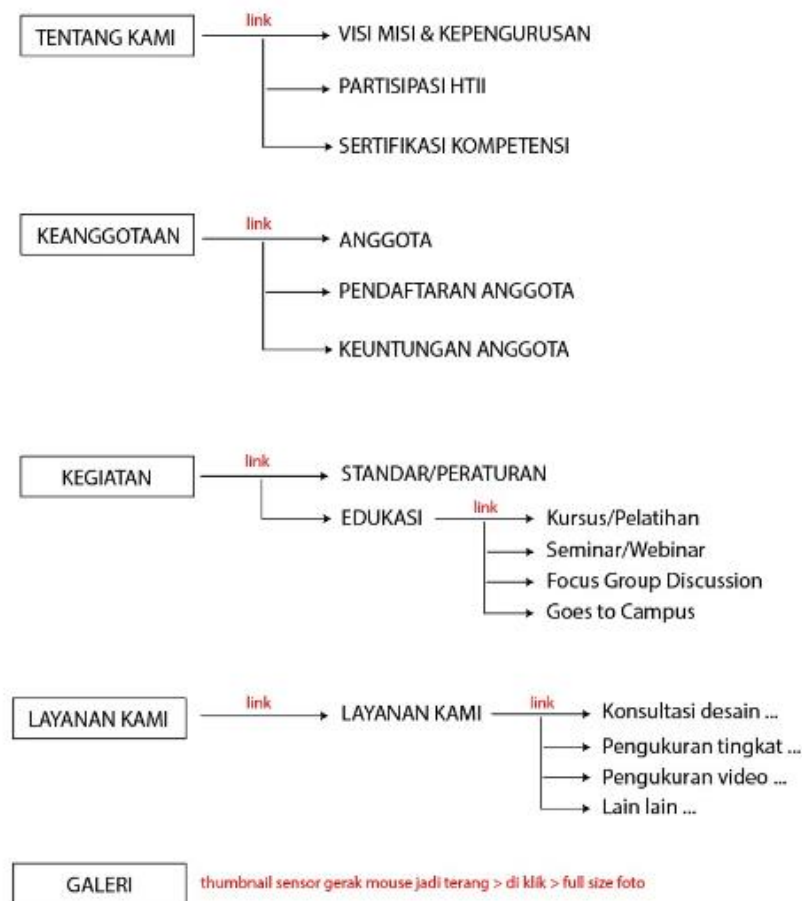
### ***Empathize***

Tahap ini merupakan langkah untuk menemukan beberapa permasalahan mendasar yang sedang diamati. Dalam tahap ini dipelajari kemungkinan-kemungkinan yang memiliki hubungan dengan HTII bisa dalam bentuk persepsi serta rujukan yang nantinya akan dipertajam melalui tahap *define*. Dalam FGD yang telah dilakukan sebelumnya, ada beberapa permasalahan yang ditemukan di HTII yang menjadi fokus dari organisasi tersebut belakangan ini diantaranya adalah:

- HTII tidak memiliki website
- HTII membutuhkan medium untuk memberikan informasi terkait organisasi mereka secara rinci dan terstruktur secara lebih professional.

- HTII telah melakukan pembaruan identitas visual yang seharusnya diikuti oleh pembaruan media sarana komunikasi informasi mereka.
- Beberapa orang yang tertarik mengenai Teknik iluminasi mengaku menemukan kesulitan untuk memperoleh informasi terkait keanggotaan dan kegiatan asosiasi profesi khususnya pada bidang teknik iluminasi

Keempat masalah yang ditemukan di atas merupakan sedikit dari sekian banyak insight yang ditemukan dalam FGD yang telah dilakukan dengan HTII. Berbagai permasalahan tersebut akan di olah lagi pada tahap berikutnya yaitu tahap *define* untuk memasuki tahap *define* secara hirarkis masalah disusun berdasarkan urgensi dan kepentingannya. Jika mengacu pada empat permasalahan inti yang ditemukan di atas maka susunannya adalah HTII membutuhkan medium untuk sarana komunikasi informasi yang bisa diakses secara luas. Beberapa orang sulit menemukan informasi terkait keanggotaan dan kegiatan dari asosiasi profesi teknik iluminasi, HTII belum memiliki website dan HTII telah memiliki modal utama yaitu telah dilakukan pembaruan identitas visual yang asset dan karakteristik secara visualnya bisa digunakan dalam perancangan website HTII.



Gambar 3. Sistem kerangka alur dari rencana website HTII  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

### **Define**

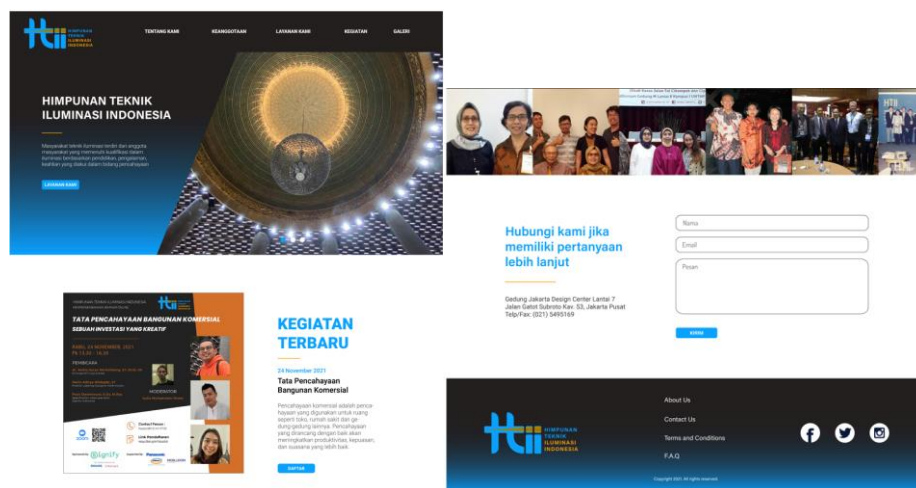
Tahap ini focus untuk melakukan dan mempertajam masalah inti yang sebelumnya telah ditemukan dalam proses sebelumnya. Tahap ini berperan memastikan semua masalah yang telah terfokuskan bisa terangkum dalam solusi perancangan. Berdasarkan masalah-masalah yang telah

ditemukan sebelumnya, HTII sepakat untuk melakukan perancangan website yang merangkum beberapa halaman dan fitur penting antara lain adalah Halaman yang membahas tentang organisasi HTII, halaman yang membahas tentang kegiatan HTII dan halaman yang memberikan informasi terkait keanggotaan HTII mulai dari struktur hingga perekrutan anggota baru yang digambarkan dalam bentuk skema seperti pada Gambar 3.

### **Ideate**

Setelah sebelumnya masalah yang menjadi kebutuhan HTII dirumuskan dalam tahap *define*, maka selanjutnya dilakukan proses perumusan ide untuk tampilan website HTII. Yunus dalam (Fakhrudin dkk, 2019) menjelaskan bahwa terdapat beberapa objek dalam perancangan desain website yang dibagi menjadi komponen utama dan dan elemen penunjang yang sesuai dengan tujuan dari website tersebut, diantaranya adalah tata letak, bentuk dan ukuran, warna, kontras, tekstur dan tipografi. Perancangan website HTII kemudian menggunakan pandangan tersebut dalam mewujudkan tahap ideating ini. Bentuknya dapat dilihat pada Gambar 4.

#### **a. Tata Letak dan penempatan**



Gambar 4. Halaman Utama Website HTII  
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

#### **b. Bentuk dan Ukuran**

Elemen visual disusun pada interface dengan menyesuaikan pada perangkat-perangkat yang dimiliki oleh calon pengguna dengan menunjukkan elemen visual yang cocok dengan fungsinya masing-masing. Fakhrudin dkk (2019) menjelaskan bahwa secara signifikan hirarki visual pada website dapat dilakukan dengan melakukan penyesuaian bentuk dan ukuran. Untuk itu visual tampilan website HTII dibangun dengan memanfaatkan perbedaan ukuran dan bentuk elemen visual secara signifikan (Gambar 5).





Gambar 5. Perbedaan bentuk dan ukuran elemen visual pada website HTII  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

**c. Warna**

Tampilan antarmuka dari sebuah website memiliki tujuan yang beragam, untuk mencapai hal tersebut bisa dibantu dengan pengaplikasian warna yang tepat (Fakhrudin dkk, 2019). Perancangan website HTII warna yang dominan digunakan adalah warna logo terbaru dari HTII yaitu biru dan kuning serta hitam sebagai penunjang (Gambar 6). Ketiga warna dominan tersebut dianggap mewakili kejujuran, kemandirian dan professional.



Gambar 6. Logo HTII pada background hitam  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

**d. Kontras**

Hal yang sangat penting dilakukan untuk membantu optimalisasi pengoperasian sebuah platform adalah membangun kontras, hal ini pun bisa dicapai dengan mengatur nilai intensitas dari masing-masing elemen visual (Fakhrudin dkk, 2019). Perancangan website HTII kontras dibangun dengan menggunakan warna dan ukuran font yang dibedakan secara signifikan. Gambar 7, menunjukkan kontras pada website HTII.



Gambar 7. Penerapan kontras pada website HTII

Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

#### e. **Tekstur & Tipografi**

Tekstur dalam hal ini dimaksudkan sebagai tampilan visual penunjang yang bisa mempengaruhi pengalaman pengguna, hal ini dijelaskan Soverini dalam (Fakhrudin dkk, 2019) sebagai *Microinteractions* dan transisi dengan tujuan untuk mendapatkan keterlibatan dan pengalaman yang bagus untuk pengguna platform. Sementara untuk tipografi dijelaskan Yunus dalam (Fakhrudin dkk, 2019) harus memiliki prinsip *legibility* dan *readability* yang baik untuk membantu memaksimalkan perancangan. Tipografi website HTII, tampak pada Gambar 8.



Gambar 8. Tipografi pada website HTII  
Sumber: Pribadi (2021)

#### **Prototype**

Pada tahap ini desain interface yang tadinya masih dalam bentuk visual draft diaplikasikan oleh programmer untuk bisa di operasikan pada *browser*. Tahap ini adalah tahap yang merangkum semua draft desain yang kemudian dalam wujud konkrit dari sebuah perancangan yang telah melakukan implementasi dan aplikasi dari tahap perencanaan dan ideating. Gambar 9, merupakan tampilan prototip HTII dalam bentuk prototip yang diakses melalui *browser*.



Gambar 9. Prototip website HTII  
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

#### **Test**

Untuk tahap bagian belum dilakukan karena saat ini tahap perancangan website HTII masih dalam tahap pengembangan ke dalam tahap pemrograman yang dikerjakan oleh programmer yang telah ditunjuk oleh HTII.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Perancangan website HTII dianggap telah memenuhi gagasan yang diinginkan oleh HTII yang sebelumnya diterangkan dalam *creative brief* yang disusun dari hasil FGD. Namun kesesuaian tersebut masih dalam tahap sebatas visual, untuk kedepannya perlu dilakukan serangkaian tes untuk menguji kelayakan, *usability* dan tes untuk mengukur kesesuaian website ini dengan pengguna berdasarkan pada target-target yang diinginkan oleh HTII.

#### **Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)**

Terima kasih kepada LPPM Universitas Tarumanagara dengan adanya pendanaan untuk kegiatan PKM ini. Terimakasih juga kepada HTII yang membantu terlaksananya kegiatan ini.

## REFERENSI

- Setyowulan, A., Setyaningsih, E., Ahmad, A. (2020). Pembaruan Visual Logo HTII sebagai Upaya  
*Rebranding* Organisasi Profesi Nonprofit. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol 3, Nomor  
2, hal 597-605.
- Fakhruddin, D. dkk. (2019). Pengembangan Desain Informasi dan Pembelajaran Aksara Jawa Melalui Media Website. *Andharupa*, Vol 05. 01, 1-23
- Listya, A & Dawami, A.K. (2018). Perancangan Logo Organisasi Forum Komunikasi Masyarakat Peduli Difabel (FKMPD) Klaten. *Jurnal Desain*, Vol 05. 02, 61-73.
- Mursyidah, A. dkk. (2019). Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Prosedur Pelayanan Umum Menggunakan Metode Design THnking (Studi Kasus: Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(4), 3931-3938.
- Priyono, D. dkk. (2020). Desain User Interface Informasi Prodi Desain Komunikasi Visual Melalui Media Digital Website. *Jurnal Desain*, 7(3), 223-242.
- Razi, A.R. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Demandia*, 3(2), 75-93.
- Wibisono, G. & Susanto, W.E. (2015). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Evolusi*, 3(2), 64-69.
- Wibowo, M.R. (2020). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thnking. *Jurnal Automata*, 1(2)