

Pengembangan Prototipe Antarmuka Seluler untuk Memperkuat Identitas Merek Sekolah Desain Fashion

Briantito Adiwena^{*1}, Swesti Anjampiana Bentri², Yonathan Heny Satriaputra³

^{1,3} Program Studi S1-Desain Komunikasi Visual, Institut Informatika Indonesia (IKADO) Surabaya, Indonesia.

² Program Studi S1-Desain Produk, Institut Informatika Indonesia (IKADO) Surabaya, Indonesia.

E-mail: briantito@ikado.ac.id¹, swesti@ikado.ac.id², yonathanputra7@gmail.com³

Abstrak. Perkembangan teknologi digital, terutama aplikasi seluler, telah mengubah strategi bisnis dengan menjadikannya bagian penting dalam pendekatan modern. Aplikasi seluler membantu perusahaan menyesuaikan model bisnis mereka agar lebih responsif terhadap pasar. Dalam persaingan ketat, aplikasi dengan fitur unik dan desain menarik dapat meningkatkan citra merek serta loyalitas konsumen melalui pengalaman pengguna yang bermakna. Aryani Widagdo Creativity Nest adalah institusi pendidikan di Surabaya yang menawarkan kursus menjahit dengan konsep Zero Waste Fashion. Didirikan pada 2015 oleh Aryani Widagdo, institusi ini berkomitmen pada keberlanjutan dengan program pelatihan daring dan luring. Namun, identitas visualnya belum kuat, kurang memanfaatkan elemen seperti logo dan warna, sehingga berisiko mirip dengan pesaing. Perlu perancangan ulang agar lebih mencolok dan mudah dikenali. Data dikumpulkan melalui metode kualitatif, termasuk wawancara dan observasi. Wawancara mendalam membantu memahami perspektif partisipan, sementara observasi memungkinkan pemantauan langsung perilaku dan interaksi sosial. Hasilnya adalah prototipe antarmuka seluler yang menciptakan platform digital yang konsisten dan representatif. Desain ini memperkuat identitas merek, meningkatkan keterlibatan pengguna, serta membangun hubungan emosional antara merek dan konsumen melalui elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi.

Kata kunci: Aplikasi Seluler; Identitas Merek; Pengalaman Pengguna.

Abstract. The rapid advancement of digital technology, particularly mobile applications, has fundamentally reshaped business strategies, making them an indispensable component of modern approaches. Mobile applications empower companies to adapt their business models, fostering greater responsiveness to market demands. In today's highly competitive landscape, applications featuring unique functionalities and appealing designs can significantly enhance brand image and cultivate consumer loyalty through meaningful user experiences. Aryani Widagdo Creativity Nest, an educational institution in Surabaya, offers sewing courses based on the Zero Waste Fashion concept. Established in 2015 by Aryani Widagdo, the institution is committed to sustainability through both online and offline training programs. However, its current visual identity lacks strength, underutilizing elements like logos and colors, which poses a risk of blending in with competitors. A redesign is necessary to achieve greater distinctiveness and recognizability. This study employed qualitative methods, including interviews and observations, for data collection. In-depth interviews provided insights into participant perspectives, while direct observation allowed for monitoring behaviors and social interactions. The research culminated in the development of a mobile interface prototype, creating a consistent

and representative digital platform. This design aims to strengthen the brand's identity, boost user engagement, and foster an emotional connection between the brand and consumers through refined visual elements such as the logo, color palette, and typography.

Keywords: Mobile Apps; Brand Identity; User Experience.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya dalam bentuk aplikasi mobile, telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Aplikasi seluler tidak lagi hanya menjadi alat pelengkap, tetapi telah menjadi komponen inti dari strategi bisnis modern. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian, yang menyatakan bahwa aplikasi seluler memungkinkan perusahaan untuk mengadaptasi model bisnis mereka agar lebih responsif terhadap permintaan pasar yang terus berubah [1]. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, aplikasi seluler berfungsi sebagai alat yang efektif untuk membedakan merek dari pesaing mereka. Dengan fitur-fitur yang unik dan desain yang menarik, aplikasi seluler dapat menciptakan citra merek yang kuat dan tahan lama di benak konsumen. Pentingnya pengalaman pengguna yang berbeda dan bermakna dalam menumbuhkan loyalitas konsumen. Aplikasi seluler yang dirancang dengan baik dapat menjadi proposisi nilai yang unik, yang membedakan sebuah merek dari yang lain [2].

Aplikasi mobile berperan sebagai representasi digital dari sebuah merek dengan mengintegrasikan elemen visual dan fungsional yang selaras dengan identitas merek guna menciptakan pengalaman yang kohesif bagi pengguna [3]. Sebagai medium interaksi utama dalam ekosistem digital, aplikasi mobile memiliki potensi besar dalam membentuk, memperkuat, atau bahkan mengubah persepsi konsumen terhadap merek melalui desain antarmuka pengguna (UI), pengalaman pengguna (UX), serta konten yang disajikan [4]. Identitas merek sendiri mencakup berbagai aspek visual dan komunikasi, seperti logo, palet warna, tipografi, gaya ilustrasi, dan nada komunikasi, yang harus diterjemahkan secara konsisten dalam desain dan fungsionalitas aplikasi seluler guna menciptakan keterpaduan merek yang kuat. Konsistensi dalam penerapan elemen desain, seperti pemilihan warna, ikonografi, dan gaya tipografi, memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya ingat serta pengenalan merek oleh konsumen [5]. Sebagai contoh, pemanfaatan skema warna yang sesuai dengan brand guidelines dapat memperkuat asosiasi emosional pengguna terhadap merek, sementara desain ikon yang seragam mempermudah navigasi dan meningkatkan pengalaman pengguna. Selain aspek visual, elemen fungsionalitas juga turut berkontribusi dalam membangun persepsi positif terhadap merek. Aplikasi seluler yang intuitif, responsif, dan mudah digunakan tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga mendorong keterlibatan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas konsumen [4].

Berbagai studi telah menunjukkan urgensi pendekatan yang berpusat pada pengguna (User-Centered Design) dalam mengembangkan antarmuka seluler. Penelitian terdahulu pada tahun 2024 telah mengaplikasikan metode Design Thinking dan evaluasi System Usability Scale (SUS) untuk merancang UI/UX aplikasi perpustakaan online, menekankan pentingnya intuitivitas dan kemudahan penggunaan [6]. Serupa dengan itu, penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2025 yang berfokus pada perancangan purwarupa antarmuka aplikasi pemantauan siswa dengan mengatasi kendala desain yang kurang menarik dan tidak responsif, menyoroti peran tipografi dan komponen antarmuka dalam meningkatkan daya tarik visual dan fungsionalitas [7].

Lebih lanjut, analisis usability dan desain ulang aplikasi seluler juga menjadi fokus. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2023 menghasilkan analisis usability dan mendesain ulang aplikasi Starbucks Indonesia menggunakan User-Centered Design, memberikan wawasan mengenai dampak desain visual terhadap kegunaan dan kepuasan pengguna [8]. Selain itu, analisis spesifik terhadap aplikasi edukasi juga dilakukan pada tahun 2022 yang menganalisis desain antarmuka aplikasi Ruang Guru pada perangkat seluler. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya konsistensi desain, umpan balik informasi yang jelas, dan kemampuan kustomisasi untuk kenyamanan dan efektivitas pembelajaran pengguna [9].

Penelitian menunjukkan bahwa integrasi yang kuat antara aplikasi mobile dan identitas merek berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesadaran merek serta membentuk persepsi konsumen

yang lebih positif terhadap suatu perusahaan atau produk [10]. Hal ini menjadi semakin relevan di era digital, di mana aplikasi mobile sering kali menjadi titik kontak pertama antara konsumen dan merek. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa desain dan pengalaman yang dihadirkan melalui aplikasi mobile tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pengguna, tetapi juga mencerminkan nilai dan identitas merek secara efektif. Dengan pendekatan yang berbasis strategi dan penelitian pengguna, aplikasi mobile dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen serta meningkatkan daya saing merek dalam pasar digital yang semakin kompetitif.

Aryani Widagdo Creativity Nest adalah sebuah lembaga pendidikan yang menawarkan kursus menjahit dengan fokus pada konsep Zero Waste Fashion yang berlokasi di Surabaya. Didirikan pada tahun 2015 oleh Aryani Widagdo, seorang fashion educator, lembaga ini bertujuan untuk menghidupkan kembali seni menjahit dan kerajinan tangan melalui prinsip-prinsip berkelanjutan yang tidak membebani lingkungan. Institusi ini menyediakan berbagai program pelatihan, baik secara online maupun offline. Namun, dalam hal pengembangan identitas visual lembaga, beberapa aspek perlu dibenahi dan dievaluasi. Media identitas yang ada saat ini belum cukup menunjukkan kekuatan dan belum sepenuhnya memanfaatkan elemen-elemen kunci seperti logo dan aspek visual lainnya. Warna dan elemen grafis yang digunakan relatif sederhana dan cenderung mirip dengan merek pesaing. Oleh karena itu, mendesain ulang identitas yang lebih menonjol dan berbeda dari kompetitor sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan pengakuan institusi.

2. Metode Penelitian

Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kualitatif, khususnya melalui wawancara dan observasi di perusahaan terkait. Dalam wawancara kualitatif, peneliti dapat menggunakan pendekatan semi-terstruktur atau tidak terstruktur, yang memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik secara lebih mendalam berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh partisipan. Wawancara memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial dan budaya dari sudut pandang partisipan, sehingga menghasilkan data yang kaya akan detail dan nuansa [11]. Teknik ini sangat berguna ketika peneliti ingin memahami fenomena kompleks yang membutuhkan eksplorasi mendalam, seperti studi tentang pengalaman pribadi atau dinamika kelompok.

Wawancara ini akan dilaksanakan untuk memahami secara mendalam berbagai perspektif terkait visi, misi, dan identitas visual sebuah institusi pendidikan desain. Pemilik sekolah desain akan diwawancarai guna menggali pemahaman komprehensif mengenai visi, misi, serta bagaimana elemen-elemen tersebut telah diterjemahkan dan diimplementasikan ke dalam aspek desain. Selanjutnya, dialog dengan staf dan karyawan sekolah desain akan dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pembentukan identitas visual yang selama ini telah berkembang dalam lingkungan sekolah. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran holistik mengenai persepsi internal terhadap citra dan representasi visual institusi. Terakhir, interaksi dengan peserta didik akan berfokus pada evaluasi tingkat penerimaan dan pemahaman mereka terhadap desain yang telah dikembangkan, terutama sejauh mana desain tersebut mampu merefleksikan visi dan misi sekolah.

Sementara itu, observasi sebagai metode penelitian kualitatif melibatkan pengamatan langsung peneliti terhadap fenomena atau perilaku yang sedang dipelajari dalam konteks alamiahnya. Teknik ini dapat dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati, atau secara non-partisipatif, di mana peneliti hanya mengamati tanpa melakukan intervensi [12]. Observasi memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data tentang perilaku yang terjadi secara spontan dan dalam konteks kehidupan nyata, memberikan wawasan tentang bagaimana individu atau kelompok bertindak dalam situasi tertentu. Metode ini sangat berharga dalam penelitian yang berusaha memahami interaksi atau proses sosial yang terjadi dalam latar alamiah, yang mungkin sulit diakses atau dipahami melalui metode lain.

Pengamatan akan dilakukan secara cermat di berbagai area, termasuk ruang kelas, studio, koridor, area umum, serta materi promosi dan publikasi sekolah. Tujuan utama observasi ini adalah untuk melihat bagaimana identitas visual yang dijelaskan dalam wawancara dengan pemilik, staf, dan karyawan benar-benar termanifestasi dalam praktik sehari-hari dan pengalaman visual di sekolah. Aspek penting lain dari observasi ini adalah kemampuannya untuk mengungkap potensi diskrepansi

antara visi yang telah dirumuskan secara formal dengan manifestasi visualnya yang nyata di lapangan.

Dalam perancangan desain visual antarmuka, Fitts's Law menjadi landasan dalam menentukan ukuran, jarak, dan posisi elemen interaktif guna meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna. Prinsip ini menyatakan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk mencapai suatu target bergantung pada jarak dan ukuran target tersebut, sehingga elemen visual seperti tombol, ikon, dan menu navigasi harus dirancang dengan ukuran yang cukup besar dan ditempatkan dalam jangkauan yang mudah diakses untuk mengurangi beban kognitif pengguna [13]. Proses desain yang menerapkan Fitts's Law diawali dengan riset pengguna untuk memahami pola interaksi serta perangkat yang digunakan, baik itu layar sentuh, *trackpad*, maupun mouse. Dari hasil riset ini, desainer dapat menentukan hierarki elemen berdasarkan prioritas penggunaan. Elemen yang sering diakses, seperti tombol utama atau navigasi, diletakkan di area yang mudah dijangkau, seperti bagian bawah layar pada perangkat *mobile* atau di sisi layar pada desktop [14].

Selanjutnya, dalam tahap *wireframing* dan *prototyping*, desainer menguji berbagai ukuran dan jarak elemen interaktif untuk memastikan kenyamanan interaksi. Misalnya, tombol utama diberi ukuran minimal 48x48 piksel sesuai rekomendasi *Human Interface Guidelines* agar mudah diklik atau disentuh tanpa kesalahan. Penempatan elemen pada area strategis, seperti sudut atau tepi layar, juga dapat memanfaatkan batas layar sebagai penghenti alami bagi pergerakan kursor atau sentuhan, sehingga meningkatkan efisiensi navigasi. Setelah tahap perancangan awal, dilakukan uji coba *usability* dengan pengguna nyata untuk mengevaluasi efektivitas desain dalam mendukung interaksi yang cepat dan intuitif. *Feedback* dari pengguna digunakan untuk menyempurnakan desain sebelum implementasi akhir. Implementasi teori ini dalam desain visual memastikan bahwa interaksi pengguna dengan sistem menjadi lebih intuitif, responsif, dan efisien. Dengan pendekatan iteratif berbasis data dan *feedback* pengguna, desainer dapat menciptakan pengalaman digital yang tidak hanya estetis tetapi juga fungsional, selaras dengan prinsip *user-centered design* yang esensial dalam pengalaman digital modern.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari proses desain ini adalah prototipe antarmuka seluler yang dimaksudkan untuk menciptakan platform digital yang konsisten dan representatif yang memperkuat persepsi dan pengakuan merek di mata pengguna sekaligus meningkatkan keterlibatan mereka dengan nilai-nilai dan pesan perusahaan. Antarmuka yang dirancang secara strategis dapat berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang efektif, memfasilitasi pengalaman pengguna yang positif dan membangun kesan yang mendalam dan berkesan terhadap merek.

Dalam proses perancangan antarmuka seluler yang bertujuan untuk memperkuat identitas merek, teori Fitts's Law memainkan peran penting dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna (UX). Fitts's Law menyatakan bahwa waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mencapai suatu target tergantung pada jarak dan ukuran target tersebut. Dengan menerapkan prinsip ini, desainer dapat menciptakan elemen antarmuka yang mempermudah interaksi pengguna, meningkatkan efisiensi navigasi, serta memperkuat persepsi merek melalui desain yang intuitif dan responsif. Tombol-tombol navigasi, ikon, dan elemen interaktif lainnya harus memiliki ukuran yang sesuai agar mudah dijangkau dan ditekan oleh pengguna. Berdasarkan Fitts's Law, elemen yang lebih besar dan lebih dekat dengan area interaksi utama akan mempercepat waktu respons pengguna. Oleh karena itu, dalam perancangan platform digital yang konsisten dan representatif terhadap identitas merek, penting untuk memastikan bahwa elemen visual seperti logo, tombol CTA (*Call to Action*), dan menu navigasi ditempatkan secara strategis agar mudah diakses dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Proses uji coba menjadi krusial untuk memvalidasi penerapan Fitts's Law dan efektivitas visual dalam memperkuat merek. Dalam tahap ini, desainer membuat prototipe interaktif dari antarmuka yang telah dirancang, kemudian melakukan pengujian kegunaan (*usability testing*) dengan pengguna nyata. Selama uji coba, perhatian khusus diberikan pada metrik seperti waktu penyelesaian tugas (misalnya, berapa lama pengguna menemukan dan mengklik logo atau tombol CTA), tingkat kesalahan klik, dan kemudahan navigasi secara keseluruhan. Pengguna akan diminta untuk

menyelesaikan serangkaian tugas, dan desainer akan mengamati bagaimana mereka berinteraksi dengan elemen-elemen yang dirancang berdasarkan Fitts's Law.

Identitas merek yang diterapkan dalam desain antarmuka memainkan peran penting dalam membangun kesadaran konsumen dengan menciptakan konsistensi visual dan komunikasi yang kuat yang memperkuat citra merek di mata pengguna. Menurut D. A. Aaker, dalam bukunya yang berjudul *Building Strong Brands* [15], integrasi elemen-elemen identitas merek seperti logo, warna, dan tipografi dalam desain antarmuka membantu menciptakan pengalaman yang kohesif dan memfasilitasi pengenalan dan ingatan konsumen terhadap merek. Penerapan identitas merek yang konsisten dalam desain antarmuka tidak hanya meningkatkan visibilitas merek tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara merek dan konsumen, sehingga meningkatkan kesadaran merek secara keseluruhan.



Penempatan logo pada bagian atas dengan warna kontras, mampu menarik perhatian mata pengguna dan dengan mudah mengidentifikasi identitas merek di halaman awal antarmuka.

Penempatan tombol lebih lanjut dengan ikon yang kontras dapat diidentifikasi dengan mudah oleh pengguna.

Gambar 1. Tampilan Desain Halaman Masuk

Gambar di atas mengilustrasikan penempatan logo di bagian tengah atas antarmuka, memastikan visibilitas langsung sebagai identitas lembaga. Penempatan logo dalam desain antarmuka mendukung teori Gestalt, khususnya prinsip figure-ground, yang menyatakan bahwa elemen yang ditempatkan dalam area dengan kontras tinggi akan lebih mudah dikenali oleh pengguna [16]. Selain itu, contoh sesi pelatihan yang ditampilkan memberikan gambaran umum tentang kegiatan yang dilakukan selama kursus, mendukung teori kognitif dalam desain interaksi yang menekankan pentingnya representasi visual untuk meningkatkan pemahaman pengguna [17]. Selain itu, simbol lingkaran kuning dengan panah putih ke bawah di tengah mengarahkan pengunjung untuk menggulir ke halaman berikutnya, yang sesuai dengan teori affordance [18], di mana elemen desain harus memberikan petunjuk visual yang jelas tentang tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna. Selain aspek fungsional, penerapan Fitts's Law juga dapat diselaraskan dengan strategi branding. Warna, tipografi, dan ikonografi yang digunakan dalam elemen interaktif harus mencerminkan nilai-nilai dan identitas merek, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang kohesif. Misalnya, jika sebuah merek mengusung konsep elegan dan minimalis, tombol dan navigasi dapat dirancang dengan bentuk sederhana tetapi memiliki kontras yang cukup untuk meningkatkan visibilitas tanpa mengorbankan estetika. Dengan memahami pola interaksi pengguna, desainer dapat menempatkan elemen-elemen kunci dalam posisi yang mudah dijangkau untuk meminimalisir hambatan dalam navigasi. Penggunaan area interaktif yang lebih luas untuk elemen penting seperti tombol pembelian atau registrasi dapat meningkatkan konversi pengguna. Selain itu, animasi dan umpan balik visual yang diberikan ketika pengguna berinteraksi dengan elemen antarmuka dapat memperkuat keterlibatan mereka, menjadikan pengalaman pengguna lebih intuitif dan memuaskan.

Desain antarmuka yang efektif mengintegrasikan prinsip-prinsip tata letak dan warna untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dan tampilan visual yang estetik. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tata letak, elemen-elemen antarmuka diatur secara strategis untuk memastikan bahwa informasi disajikan dengan jelas dan terstruktur, memfasilitasi navigasi yang

mudah dan intuitif bagi pengguna. Sementara itu, penerapan prinsip warna mempengaruhi bagaimana elemen visual berinteraksi secara emosional dengan pengguna, memperkuat komunikasi desain dan menciptakan keselarasan visual yang mendukung keterbacaan dan estetika antarmuka secara keseluruhan. Pengaturan tata letak berfokus pada pengaturan elemen visual dalam antarmuka untuk memandu perhatian pengguna dan menyederhanakan navigasi. Prinsip-prinsip tata letak seperti keselarasan, kontras, dan hirarki visual memainkan peran penting dalam mengorganisir informasi dengan jelas dan efektif, sehingga memudahkan pengguna untuk memahami dan berinteraksi dengan konten. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, desain antarmuka dapat mencapai efisiensi komunikasi dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan [19].

Penggunaan desain ikon yang konsisten dengan penggunaan garis outline yang seragam dapat memberikan keseimbangan komposisi desain.



Gambar 2. Tampilan Desain Halaman Menu



Gambar 3. Tampilan Desain Ilustrasi Icon

Penggunaan warna yang kontras dapat membantu pengunjung untuk fokus pada tampilan dan pilihan menu.

Gambar di atas mengilustrasikan pilihan menu yang tersedia bagi pengunjung setelah memilih tombol panah pada antarmuka utama. Pilihan-pilihan ini termasuk pengisian buku tamu, pendaftaran kelas, dan pengiriman ulasan peserta. Setiap opsi disertai dengan ikon yang mewakili fungsinya masing-masing. Selain itu, sebuah kotak kuning dengan teks hitam dan simbol panah dirancang untuk memandu pengunjung dalam memahami tindakan yang diperlukan setelah memilih salah satu opsi. Hal ini sejalan dengan penjelasan sebelumnya bahwa setiap elemen desain dipilih untuk menyajikan informasi secara efektif, jelas, dan terstruktur.

Penggunaan warna dalam desain antarmuka memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana pengguna memproses, memahami, dan merespons elemen visual. Warna tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memiliki pengaruh psikologis yang dapat memicu emosi tertentu, meningkatkan perhatian, serta memfasilitasi pengenalan elemen-elemen kunci dalam antarmuka [20]. Pemilihan warna yang tepat dapat membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih intuitif dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam interaksi dengan sistem. Dari perspektif psikologi warna, setiap warna memiliki asosiasi emosional yang berbeda. Misalnya, warna biru sering dikaitkan dengan kepercayaan, profesionalisme, dan ketenangan, sementara warna merah dapat menstimulasi rasa urgensi, energi, atau bahkan peringatan. Oleh karena itu, pemilihan warna dalam antarmuka harus selaras dengan identitas merek dan tujuan komunikasi visualnya. Warna juga dapat digunakan untuk membentuk hierarki visual, membimbing pengguna dalam navigasi, serta meningkatkan keterbacaan teks melalui kontras yang optimal.

Selain itu, kombinasi warna yang harmonis dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan menciptakan keseimbangan visual yang menyenangkan. Prinsip-prinsip teori warna, seperti skema komplementer atau analog, dapat digunakan untuk menciptakan desain yang lebih efektif dan menarik [21]. Warna dengan kontras tinggi digunakan untuk menonjolkan elemen penting seperti tombol aksi utama (CTA), sementara warna-warna yang lebih lembut dapat digunakan untuk elemen sekunder guna mengurangi beban kognitif pengguna. Dengan mempertimbangkan aspek psikologis dan fungsional warna, strategi penggunaan warna yang cermat sangat penting dalam membentuk

pengalaman pengguna yang positif dan menyenangkan. Kombinasi warna yang dipilih harus tidak hanya mendukung identitas visual merek, tetapi juga meningkatkan daya tarik, keterbacaan, dan kemudahan navigasi dalam desain antarmuka digital.

Pemilihan warna yang tepat dan kombinasi yang harmonis dapat memperkuat pesan desain, menciptakan suasana yang sesuai, dan membantu dalam membedakan berbagai elemen secara visual. Oleh karena itu, penerapan teori warna yang efektif dalam desain antarmuka dapat meningkatkan keterbacaan, meningkatkan estetika, dan memperkuat identitas visual antarmuka. Hal ini terbukti pada gambar di bawah ini, yang menunjukkan penggunaan warna kontras antara hitam dan kuning untuk memastikan keterbacaan yang tinggi, sekaligus menciptakan desain yang seimbang dan harmonis yang mengarahkan pengunjung untuk mengambil tindakan [22]. Desain halaman arahan dibuat dengan penekanan pada kesederhanaan yang elegan, di mana elemen visual dan fungsional diatur dengan cara yang minimalis namun efektif untuk menarik perhatian pengguna dan memandu mereka ke arah tindakan yang diinginkan tanpa gangguan.

Dalam rangka memvalidasi efektivitas kombinasi warna harmonis dan relevansinya dengan warna identitas sekolah, maka dilakukan serangkaian proses uji coba. Prosedur ini melibatkan penyajian purwarupa antarmuka kepada subjek uji yang representatif. Subjek diminta untuk melaksanakan serangkaian tugas interaktif, sementara peneliti mengamati dan mencatat respons mereka terhadap skema warna yang diaplikasikan. Melalui observasi langsung dan pengumpulan data kualitatif, dapat diidentifikasi apakah pengguna merasakan konsistensi antara warna antarmuka dan identitas visual sekolah. Sebagai contoh, subjek diminta untuk menyatakan apakah palet warna yang digunakan menimbulkan kesan formal, inovatif, atau ramah sesuai dengan citra sekolah yang ingin dibangun. Selain itu, analisis data kuantitatif juga dilakukan untuk menilai tingkat keterbacaan teks dan kecepatan pengenalan elemen interaktif yang diberi penekanan warna. Apabila ditemukan bahwa kombinasi warna tertentu menyebabkan kebingungan visual atau mengurangi efisiensi navigasi, hal itu mengindikasikan perlunya modifikasi. Hasil dari proses uji coba ini kemudian diinterpretasikan untuk menginformasikan iterasi desain, memastikan bahwa pemilihan dan penempatan warna tidak hanya mendukung psikologi warna dan harmoni estetika, tetapi juga secara efektif mengkomunikasikan dan memperkuat identitas visual sekolah.

Kesederhanaan dalam desain antarmuka tidak hanya memfasilitasi navigasi pengguna tetapi juga meningkatkan tingkat konversi dengan menciptakan pengalaman intuitif yang berfokus pada tujuan utama halaman. Prinsip ini menggarisbawahi pentingnya tata letak yang bersih, penggunaan warna yang harmonis, dan tipografi yang jelas, yang kesemuanya bersama-sama menciptakan desain yang menyenangkan secara estetika dan sangat fungsional [23].



Gambar 4. Tampilan Desain Home Button



Gambar 5. Tampilan Detail Home Button

Kesederhanaan desain dalam halaman arahan ini tercermin dari pemilihan foto yang representatif tanpa adanya penambahan elemen desain yang tidak relevan, yang berpotensi mengurangi keterbacaan dan mengganggu konsistensi visual. Foto yang digunakan disajikan secara minimalis, hanya dilengkapi dengan logo institusi, slogan, serta ikon panah yang dirancang dengan pendekatan sederhana namun fungsional. Setiap elemen desain yang dipilih diintegrasikan secara harmonis untuk menciptakan tampilan visual yang kohesif, sehingga dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan dan meningkatkan efektivitas komunikasi visual. Selain itu, tombol navigasi dalam desain antarmuka situs web harus dirancang agar mudah dikenali oleh pengguna, dengan menerapkan prinsip keterbacaan yang tinggi serta memanfaatkan elemen visual yang jelas dan konsisten. Pendekatan ini bertujuan untuk memfasilitasi pengalaman pengguna yang intuitif, memungkinkan akses yang cepat dan efisien ke berbagai bagian situs tanpa mengorbankan estetika dan fungsionalitas desain.

Desain tombol navigasi yang efektif harus memiliki visibilitas tinggi dan mampu menarik perhatian pengguna secara intuitif melalui penggunaan warna, ukuran, serta tipografi yang kontras dengan elemen lain dalam antarmuka. Selain menonjol secara visual, tombol ini juga harus memberikan umpan balik yang jelas, baik melalui perubahan warna, animasi, atau efek hover yang mengindikasikan bahwa tombol tersebut dapat diklik dan telah merespons interaksi pengguna. Dengan adanya umpan balik yang responsif, pengguna dapat memahami fungsi tombol dengan lebih cepat dan merasa yakin terhadap tindakan yang mereka lakukan dalam sistem [24].

Selain aspek visual dan interaktif, efektivitas tombol navigasi juga bergantung pada prinsip keterbacaan dan konsistensi dalam desain. Penggunaan label yang jelas dan deskriptif pada tombol sangat penting untuk mengurangi ambiguitas dan memastikan bahwa pengguna memahami tujuan dari setiap tindakan yang dapat mereka lakukan. Konsistensi dalam gaya desain, seperti penggunaan bentuk dan warna yang seragam untuk tombol dengan fungsi serupa, juga membantu menciptakan pengalaman navigasi yang lebih terstruktur dan intuitif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, antarmuka dapat lebih mudah dipahami, bahkan bagi pengguna yang baru pertama kali berinteraksi dengan sistem.

Penerapan desain tombol navigasi yang optimal tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kegunaan (*usability*) tetapi juga berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna (*user experience*) yang lebih baik secara keseluruhan. Navigasi yang mudah dan intuitif mengurangi hambatan kognitif yang dapat menyebabkan kebingungan atau frustrasi, sehingga memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan lebih efisien. Dengan demikian, desain yang berorientasi pada kebutuhan pengguna ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna tetapi juga memperkuat persepsi positif terhadap sistem atau platform yang digunakan.



Penataan layout dengan memperhatikan rasio perbandingan jarak antar sub-menu, tombol dan informasi tambahan mempermudah pengguna untuk mengidentifikasi dan mengisi data yang diperlukan.

Gambar 6. Tampilan Desain Halaman Pendaftaran

Gambar di atas mengilustrasikan prinsip desain yang berfokus pada keterbacaan dan kejelasan navigasi, terutama dalam elemen tombol pengiriman data. Kejelasan tombol navigasi ini dicapai

melalui pemilihan warna yang kontras, ukuran font yang proporsional, serta tipografi yang strategis, sehingga tombol tersebut tampak menonjol dan mudah diidentifikasi oleh pengguna. Pendekatan ini sejalan dengan teori desain antarmuka yang menekankan pentingnya *affordance*, di mana elemen visual harus secara intuitif menunjukkan fungsi yang dimilikinya. Dengan demikian, pengguna tidak mengalami kesulitan dalam memahami bahwa tombol tersebut merupakan titik akhir dari proses yang mereka lakukan dan merupakan langkah yang harus diambil untuk menyelesaikan interaksi.

Selain faktor visual, penempatan tombol juga berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Dalam desain ini, tombol dikondisikan berada di bagian tengah bawah antarmuka, sebuah lokasi yang strategis karena mudah diakses dan sesuai dengan pola pemindaian mata pengguna dalam membaca layar. Penempatan ini memastikan bahwa tombol pengiriman data tidak hanya terlihat jelas tetapi juga memberikan rasa kepastian kepada pengguna bahwa mereka telah menyelesaikan proses dengan benar. Prinsip ini selaras dengan konsep *user-centered design* yang menekankan kemudahan penggunaan dan pemahaman yang intuitif terhadap sistem navigasi. Dengan demikian, desain ini tidak hanya mengoptimalkan estetika visual tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas interaksi pengguna dengan sistem.

Selain tombol pengiriman data, kehadiran ikon media sosial di bagian bawah antarmuka turut memainkan peran penting dalam memperluas keterlibatan pengguna. Elemen ini secara halus mengarahkan pengguna untuk menjelajahi lebih dalam tentang aktivitas institusi setelah mereka menyelesaikan pengisian data, menciptakan kesinambungan dalam pengalaman digital. Penggunaan ikon yang minimalis namun jelas memastikan bahwa elemen ini tidak mengganggu fokus utama pengguna tetapi tetap mudah dikenali sebagai jalur tambahan untuk eksplorasi informasi lebih lanjut. Dengan demikian, desain ini tidak hanya memfasilitasi penyelesaian tugas utama pengguna tetapi juga membuka peluang interaksi lebih lanjut dengan institusi, mencerminkan pendekatan desain yang integratif dan strategis dalam membangun pengalaman pengguna yang holistik.

4. Kesimpulan

Desain antarmuka yang dikembangkan dengan baik memiliki peran krusial dalam menciptakan pengalaman pengguna yang optimal, terutama dalam menyampaikan informasi secara jelas dan memudahkan interaksi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip desain seperti konsistensi, hierarki visual, dan keseimbangan antara estetika serta fungsionalitas, antarmuka dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi. Pemilihan elemen visual yang tepat, seperti tipografi, warna, dan tata letak yang responsif, turut memengaruhi keterbacaan serta efektivitas komunikasi dalam sistem digital. Selain itu, pendekatan berbasis pengalaman pengguna (*user experience*) memastikan bahwa desain tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan pengguna dengan alur navigasi yang intuitif dan efisien.

Selain meningkatkan fungsionalitas, desain antarmuka juga berperan sebagai elemen strategis dalam membangun identitas dan citra merek. Representasi visual yang konsisten dengan nilai dan karakteristik merek membantu menciptakan kesan yang kuat dan mudah dikenali oleh pengguna. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen identitas visual, seperti logo, palet warna khas, dan gaya desain yang unik, antarmuka dapat menjadi sarana efektif untuk memperkuat *branding* digital. Lebih dari sekadar tampilan, desain yang dirancang secara strategis mampu meningkatkan keterlibatan pengguna serta membangun hubungan emosional yang lebih mendalam dengan merek, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas dan persepsi positif terhadap perusahaan.

Persaingan antar institusi pendidikan akan semakin ketat, sehingga antarmuka seluler yang secara visual menarik dan konsisten dengan identitas merek sekolah akan menjadi pembeda kompetitif penting. Tampilan desain visual antarmuka yang modern, profesional, namun tetap ramah pengguna akan menarik calon peserta didik, mempertahankan keterlibatan peserta didik saat ini, dan membangun citra positif di mata pihak-pihak terkait. Hal ini diyakini bukan hanya tentang estetika, melainkan tentang menciptakan pengalaman emosional yang positif dan membangun loyalitas.

Saat ini, terlihat adanya pergeseran signifikan dalam strategi digital lembaga pendidikan, yang melampaui sekadar keberadaan di ranah website atau antarmuka seluler konvensional. Banyak lembaga pendidikan telah mengambil langkah progresif dengan mengembangkan aplikasi berbasis Android yang berfungsi juga sebagai *Learning Management System* (LMS). Perkembangan ini

mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan ekosistem pembelajaran modern yang semakin bergantung pada perangkat seluler. Fenomena ini menunjukkan pemahaman bahwa aksesibilitas dan kemudahan penggunaan adalah kunci dalam memfasilitasi proses belajar-mengajar. Dengan hadirnya aplikasi Android LMS, institusi pendidikan berupaya menghadirkan pengalaman belajar yang lebih terintegrasi dan *seamless* bagi siswa, guru, maupun orang tua. Desain antarmuka pada aplikasi semacam ini menjadi sangat krusial, karena ia tidak hanya harus memenuhi standar estetika dan identitas merek lembaga, tetapi juga mendukung fungsi-fungsi kompleks dari sebuah LMS.

Secara keseluruhan, perancangan antarmuka seluler untuk sekolah desain fashion dengan fokus pada desain visual antarmuka dan identitas merek, digambarkan sebagai perjalanan berkelanjutan. Hal ini menuntut pendekatan yang adaptif, berpusat pada pengguna, dan antisipatif terhadap perubahan teknologi dan harapan masyarakat. Sekolah yang berhasil mengelola tantangan ini diyakini akan mampu membangun ekosistem digital yang tidak hanya fungsional, tetapi juga menjadi representasi visual yang kuat dari nilai-nilai dan tujuan pendidikan mereka di masa depan.

Referensi

- [1] W. El Hilali, A. El Manouar, and M. A. J. Idrissi, "Digital transformation for sustainability: A qualitative analysis," *Computer and Information Science*, vol. 13, no. 3, 2020.
- [2] M. Monalisa *et al.*, *STRATEGI PEMASARAN: Mengukur Sukses Melalui Strategi Pemasaran Terbaik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=j-zoEAAAQBAJ>
- [3] M. A. McCollough, L. L. Berry, and M. S. Yadav, "An empirical investigation of customer satisfaction after service failure and recovery," *J Serv Res*, vol. 3, no. 2, pp. 121–137, 2000.
- [4] A. J. Kim and E. Ko, "Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand," *J Bus Res*, vol. 65, no. 10, pp. 1480–1486, 2012.
- [5] J. Hwang and J. Kandampully, "The role of emotional aspects in younger consumer-brand relationships," *Journal of Product & Brand Management*, vol. 21, no. 2, pp. 98–108, 2012.
- [6] R. Widjaya, H. P. Fitriani, and N. Anggraini, "PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA (UI/UX) UNTUK APLIKASI PERPUSTAKAAN DIGITAL SMK PASUNDAN RANCAEKEK," *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, vol. 8, no. 6, pp. 11701–11707, 2024.
- [7] S. L. A. Mustika, "Perancangan Purwarupa Antarmuka Aplikasi PASISMABU untuk Pemantauan Siswa SMA Budi Utomo Perak," *BARIK*, vol. 7, no. 1, 2025.
- [8] B. C. Carmeline and I. Kamal, "Analisis Usability dan Redesign Aplikasi Seluler Dengan Metode User-Centered Design (Studi Kasus Starbucks Indonesia)," *Journal of Digital Business Innovation*, vol. 1, no. 1, pp. 87–100, 2023.
- [9] A. M. S. Bhuwana, R. S. Dewi, and E. J. Simanungkalit, "Analisis Desain Antarmuka Pada Aplikasi Ruang Guru Pada Era Modern Society 5.0," in *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 2021, pp. 277–284.
- [10] K. Davis and W. B. Werther Jr, *Human resources and personnel management*. McGraw Hill, 2022.
- [11] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications, 2017.
- [12] R. K. Yin, *Qualitative Research from Start to Finish, First Edition*. Guilford Publications, 2011. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=lyCGBeo8sI8C>
- [13] P. M. Fitts, "The information capacity of the human motor system in controlling the amplitude of movement.," *J Exp Psychol*, vol. 47, no. 6, p. 381, 1954.
- [14] J. Johnson, *Designing with the mind in mind: simple guide to understanding user interface design guidelines*. Morgan Kaufmann, 2020.
- [15] D. A. Aaker, *Building Strong Brands*. Simon & Schuster UK, 2012. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=OLa_9LePJIYC
- [16] S. Palmer and I. Rock, "Rethinking perceptual organization: The role of uniform connectedness," *Psychon Bull Rev*, vol. 1, no. 1, pp. 29–55, 1994.

- [17] R. E. Mayer, "Incorporating motivation into multimedia learning," *Learn Instr*, vol. 29, pp. 171–173, 2014.
- [18] A. Norman Donald, *The design of everyday things*. MIT Press, 2013.
- [19] W. Lidwell, K. Holden, and J. Butler, *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, 2010. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=3RFyaF7jCZsC>
- [20] N. Kaya and H. H. Epps, "Relationship between color and emotion: A study of college students," *Coll Stud J*, vol. 38, no. 3, pp. 396–405, 2004.
- [21] C. Ware, *Information visualization: perception for design*. Morgan Kaufmann, 2019.
- [22] J. Itten, "The art of color: the subjective experience and objective rationale of color," 1961.
- [23] S. Krug, *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*. in *Voices That Matter*. Pearson Education, 2009. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=g1QBFJxB_eEC
- [24] D. Norman, *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books, 2013. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=I1o4DgAAQBAJ>

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rekan-rekan dosen yang telah memberikan masukan berharga serta wawasan yang mendalam dalam setiap tahap penelitian ini. Dukungan dan diskusi yang konstruktif sangat membantu dalam memperkaya perspektif serta memperkuat landasan teoretis penelitian desain antarmuka ini. Tak lupa, apresiasi disampaikan kepada para mahasiswa yang telah berpartisipasi dalam proses pengujian dan memberikan umpan balik yang jujur serta kritis. Kontribusi dan keterlibatan kalian menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa desain yang dikembangkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga fungsional dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.