



Perancangan Ulang Desain *User Interface* Sebagai Media Informasi Mulia Trans Rent Car

Amidatus Sholihat Jamil¹, Wahyuni²

^{1*} Universitas Nahdlatul Ulama, Indonesia

² Universitas Nahdlatul Ulama, Indonesia

Korespondensi*: asj@unupasuruan.ac.id

Info Artikel	Abstrak
Riwayat artikel: Submitted: Juli 17, 2024 Revision: Juli 25, 2024 Accepted: Juli 25, 2024 Publish: Juli 25, 2024,	Perancangan ulang merupakan suatu proses melakukan perubahan terhadap desain yang telah ada sebelumnya dengan menghadirkan ide, konsep, dan gaya baru sehingga menghasilkan perubahan baik dari segi tampilan maupun fungsi, dengan tujuan utama untuk menghasilkan hasil yang lebih baik dibandingkan desain sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada perancangan ulang desain <i>user interface website</i> Mulia Trans Rent Car yang dilakukan sebagai upaya perbaikan dan peningkatan kualitas desain antarmuka <i>website</i> perusahaan agar menjadi lebih baik, lebih menarik, dan lebih mudah digunakan oleh pengguna. Metode pengujian dalam penelitian ini dilaksanakan sebanyak dua tahap, yaitu uji validitas yang dilakukan oleh ahli media dan uji coba produk yang melibatkan kelompok kecil sebagai responden. Kedua tahap pengujian ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa produk yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan sebelum diimplementasikan secara penuh. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan oleh ahli media, produk perancangan ulang desain <i>user interface website</i> Mulia Trans Rent Car memperoleh skor dengan persentase sebesar 68,4% yang masuk dalam kategori valid. Hasil ini menunjukkan bahwa desain yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan dari sisi teknis dan estetika media digital. Sementara itu, berdasarkan hasil uji coba produk yang dilakukan kepada kelompok kecil, produk yang dikembangkan memperoleh skor dengan persentase sebesar 95,4% yang masuk dalam kategori sangat layak. Hasil tersebut mencerminkan bahwa pengguna memberikan respons yang sangat positif terhadap tampilan dan fungsionalitas desain <i>user interface website</i> yang telah dirancang ulang. Dengan demikian, berdasarkan keseluruhan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa produk perancangan ulang desain <i>user interface website</i> Mulia Trans Rent Car yang telah dikembangkan dinyatakan layak dan siap untuk diimplementasikan sebagai tampilan resmi <i>website</i> perusahaan guna meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.
Kata Kunci : Pengembangan, Perancangan Ulang, Rental Mobil	Abstract Redesign is the process of modifying an existing design by introducing new ideas, concepts, and styles, resulting in changes in both appearance and function, with the primary goal of producing better results than the previous design. This research focuses on the redesign of the Mulia Trans Rent Car website's user interface, undertaken as an effort to improve and enhance the quality of the company's website interface design to make it more appealing, attractive, and user-friendly. The testing method in this research consisted of two stages: a validity test conducted by media experts and a product trial involving a small group of respondents. Both testing stages were conducted systematically to ensure that the developed product met feasibility standards before full implementation.

	Based on the results of the validity test conducted by media experts, the redesigned user interface of the Mulia Trans Rent Car website achieved a score of 68.4%, falling into the valid category. This result indicates that the developed design meets the feasibility standards from a technical and aesthetic perspective for digital media. Meanwhile, based on the results of the product trial conducted with a small group, the developed product achieved a score of 95.4%, falling into the very feasible category. These results reflect that users responded very positively to the appearance and functionality of the redesigned website user interface. Therefore, based on the overall testing results, it can be concluded that the redesigned user interface for the Mulia Trans Rent Car website is feasible and ready to be implemented as the company's official website interface to enhance the overall user experience.
--	--

How to cite this article (APA 7th Edition):

Jamil, A. S., & Wahyuni. (2024). Perancangan Ulang Desain User Interface Sebagai Media Informasi Mulia Trans Rent Car. *Dimensi : Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Seni Desain Grafis*, 5(1) 21-32. <https://doi.org/10.55757/dimensi.v5i1.495>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang berlangsung dengan sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis dan perdagangan. Kemajuan teknologi ini menjadi salah satu faktor pendorong utama bagi para pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai platform digital, khususnya *website*, sebagai sarana dalam mengembangkan dan memperluas jangkauan usaha mereka. Menurut We Are Social dan Hootsuite (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 212 juta orang, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 77% dari total populasi. Kondisi ini menciptakan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform digital, tak terkecuali bagi perusahaan jasa penyewaan kendaraan seperti Mulia Trans Rent Car.

Mulia Trans Rent Car adalah sebuah badan usaha yang bergerak di bidang jasa penyewaan mobil dengan menyediakan beragam jenis dan merek kendaraan guna menarik minat pelanggan dari berbagai kalangan. Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Mulia Trans Rent Car memanfaatkan *website* resmi yang beralamat di www.muliatransjawa.com sebagai media informasi utama bagi calon pelanggan. Melalui *website* tersebut, perusahaan menyajikan berbagai informasi penting yang berkaitan dengan layanan penyewaan mobil, meliputi informasi administrasi selama masa penyewaan, jenis dan merek kendaraan yang tersedia, serta harga sewa yang ditawarkan kepada konsumen. Keberadaan *website* sebagai media informasi bisnis semakin krusial di era digital ini, mengingat sebanyak 81% konsumen melakukan riset daring terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa (GE Capital Retail Bank, 2023).

Salah satu elemen terpenting dalam sebuah *website* adalah User Interface (UI) atau antarmuka pengguna. UI merupakan gambaran awal dari mekanisme komunikasi antara pengguna dengan sistem melalui tampilan grafis yang dirancang untuk memudahkan interaksi antara manusia dan komputer (Reynaldi, 2019). Dalam pembuatan sebuah *website*, perancangan UI menjadi langkah awal yang sangat menentukan, karena UI berfungsi untuk menentukan alur dan cara kerja sebuah situs secara keseluruhan. Menurut Nielsen Norman Group (2020), desain UI yang baik dan intuitif mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan, mengurangi tingkat pentalan atau bounce rate, serta meningkatkan durasi kunjungan pengguna di sebuah *website*. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Sweor (2019) mengungkapkan bahwa sebanyak 75% pengguna internet menilai kredibilitas sebuah perusahaan berdasarkan tampilan desain *website* yang dimilikinya, menegaskan betapa pentingnya kualitas desain visual dalam membangun kepercayaan konsumen.

Menghadirkan desain *website* yang baik, menarik, dan fungsional menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat pengunjung *website*. Menurut Suyanto (2009:61), sebuah situs web dapat dikatakan baik apabila

memenuhi setidaknya sembilan kriteria, yaitu usability, sistem navigasi yang mudah dipelajari, desain visual yang menarik, kompatibilitas, waktu loading yang cepat, aksesibilitas, interaktivitas, konten yang bermanfaat, dan fungsionalitas yang optimal. Dalam konteks desain visual khususnya, sebuah *website* yang baik harus memiliki komposisi warna yang harmonis dan konsisten, layout grafis yang selaras, serta keseluruhan tampilan yang membentuk pola visual yang terpadu dan profesional (Tidwell et al., 2020).

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap *website* Mulia Trans Rent Car, secara umum *website* tersebut telah memenuhi sebagian besar kriteria *website* yang baik, diantaranya usability, sistem navigasi yang mudah dipelajari, konten yang bermanfaat, kompatibilitas, waktu loading yang cepat, aksesibilitas, dan interaktivitas. Namun demikian, *website* Mulia Trans Rent Car masih belum memenuhi kriteria desain visual yang baik, terutama dalam hal komposisi warna yang belum konsisten dan belum serasi dengan identitas visual perusahaan yang tercermin dalam logo Mulia Trans Rent Car. Warna mayoritas yang digunakan dalam situs belum menunjukkan keserasian dengan elemen branding perusahaan, sehingga kesan visual yang ditampilkan kurang profesional dan kurang memperkuat identitas merek perusahaan di mata pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Singh (2006) dalam Labrecque dan Milne (2013) menunjukkan bahwa warna memiliki pengaruh sebesar 62-90% terhadap penilaian awal konsumen terhadap suatu produk atau layanan, menegaskan bahwa konsistensi penggunaan warna dalam desain *website* merupakan elemen yang tidak dapat diabaikan dalam strategi *branding* perusahaan.

Permasalahan pada desain visual *website* ini berpotensi memberikan dampak negatif terhadap persepsi dan kepercayaan calon pelanggan terhadap profesionalisme Mulia Trans Rent Car sebagai penyedia jasa penyewaan kendaraan. Penelitian Kinesis (2022) mengungkapkan bahwa pengguna hanya membutuhkan waktu sekitar 0,05 detik untuk membentuk kesan pertama terhadap sebuah *website*, dan kesan pertama yang buruk akibat desain visual yang tidak menarik dapat menyebabkan pengunjung meninggalkan *website* dalam waktu yang sangat singkat. Kondisi ini tentunya berimplikasi pada menurunnya efektivitas *website* sebagai media informasi dan promosi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan perancangan ulang *User Interface website* sebagai media informasi Mulia Trans Rent Car. Produk yang dihasilkan dari penelitian dan pengembangan ini adalah desain UI baru *website* Mulia Trans Rent Car dengan ukuran layar full HD desktop berukuran 1920x1080 pixel. Desain UI *website* yang baru akan ditampilkan dengan konsep desain visual yang sederhana dan modern, serta mengutamakan penggunaan warna yang konsisten dan serasi dengan logo perusahaan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas tampilan *website*, memperkuat identitas merek perusahaan, dan pada akhirnya meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan dalam mengakses informasi layanan Mulia Trans Rent Car secara daring.

KAJIAN PUSTAKA

A. Teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam dunia bisnis modern. Teknologi informasi mencakup seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mempertukarkan, dan memanfaatkan informasi dalam berbagai bentuk (Laudon & Laudon, 2020). Dalam konteks bisnis, pemanfaatan teknologi informasi secara optimal menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan perubahan mendasar dalam cara perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggannya melalui platform digital.

B. Website

Website merupakan kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui jaringan internet, berfungsi sebagai media penyampaian informasi, komunikasi, dan transaksi antara perusahaan dengan penggunanya (Hidayat, 2014). Dalam era digital saat ini, website telah berkembang menjadi salah satu aset bisnis yang paling strategis, karena mampu beroperasi selama

24 jam penuh tanpa batasan geografis dalam menjangkau konsumen potensial. Menurut Kotler dan Keller (2016), kehadiran website yang profesional dan informatif secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan penguatan citra merek perusahaan di pasar digital yang semakin kompetitif. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Sweor (2019) mengungkapkan bahwa sebanyak 75% pengguna internet menilai kredibilitas sebuah perusahaan berdasarkan kualitas tampilan desain website yang dimilikinya, menegaskan betapa pentingnya investasi dalam pengembangan website yang berkualitas bagi setiap pelaku usaha yang ingin membangun reputasi positif secara daring.

C. *User Interface (UI)*

User Interface (UI) atau antarmuka pengguna merupakan elemen visual dan interaktif yang menjadi jembatan komunikasi antara pengguna dengan sistem komputer atau aplikasi digital melalui tampilan grafis yang dirancang secara terstruktur (Reynaldi, 2019). UI mencakup seluruh elemen visual yang dapat dilihat dan diinteraksikan oleh pengguna, meliputi tombol, menu navigasi, ikon, tipografi, skema warna, dan tata letak halaman secara keseluruhan. Menurut Galitz (2007) dalam Handayani et al. (2021), UI yang dirancang dengan baik harus mampu memudahkan pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugasnya secara efisien, efektif, dan menyenangkan tanpa memerlukan panduan yang rumit.

Dalam merancang UI yang baik dan efektif, terdapat beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan oleh seorang desainer. Nielsen Norman Group (2020) merumuskan sepuluh heuristik desain UI yang menjadi acuan standar dalam industri desain digital, diantaranya visibilitas status sistem, kesesuaian antara sistem dan dunia nyata, kendali dan kebebasan pengguna, konsistensi dan standar, pencegahan kesalahan, pengenalan daripada mengingat, fleksibilitas dan efisiensi penggunaan, desain yang estetik dan minimalis, pemulihan dari kesalahan, serta ketersediaan bantuan dan dokumentasi. Penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten dalam proses perancangan UI terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna secara signifikan (Tidwell et al., 2020).

Kualitas desain UI memiliki dampak yang sangat besar terhadap keberhasilan sebuah website dalam memenuhi tujuannya sebagai media informasi dan promosi. Penelitian yang dilakukan oleh Kinesis (2022) menunjukkan bahwa pengguna hanya membutuhkan waktu sekitar 0,05 detik untuk membentuk kesan pertama terhadap sebuah website, sehingga kesan visual yang ditampilkan pada momen pertama tersebut menjadi sangat krusial dalam menentukan apakah pengguna akan melanjutkan kunjungannya atau meninggalkan halaman tersebut. Selain itu, desain UI yang buruk dan tidak intuitif terbukti meningkatkan tingkat pentalan atau bounce rate secara signifikan, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap efektivitas website sebagai media komunikasi bisnis (Nielsen Norman Group, 2020).

D. *Desain Visual Website*

Desain visual merupakan disiplin ilmu yang berfokus pada penciptaan dan pengaturan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiens secara efektif dan estetik. Dalam konteks website, desain visual mencakup pengaturan komposisi warna, tipografi, imagery, layout, dan elemen grafis lainnya yang secara bersama-sama membentuk tampilan visual yang kohesif dan menarik (Lidwell et al., 2010 dalam Handayani et al., 2021). Desain visual yang baik tidak hanya memperhatikan aspek keindahan semata, tetapi juga harus mampu mendukung fungsi dan tujuan komunikasi dari website yang dirancang.

Warna merupakan salah satu elemen desain visual yang paling berpengaruh dalam membentuk persepsi dan respons emosional pengguna terhadap sebuah website. Penelitian yang dilakukan oleh Labrecque dan Milne (2013) menunjukkan bahwa warna memiliki pengaruh sebesar 62-90% terhadap penilaian awal konsumen terhadap suatu produk atau layanan, menjadikan pemilihan dan penerapan skema warna yang tepat sebagai salah satu keputusan desain yang paling kritis dalam proses perancangan website. Konsistensi penggunaan warna yang selaras dengan identitas visual merek perusahaan, termasuk logo dan materi branding lainnya, terbukti mampu memperkuat

pengenalan merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Ambrose & Harris, 2019).

Selain warna, *layout* dan tipografi merupakan elemen desain visual yang tidak kalah pentingnya dalam menciptakan tampilan website yang profesional dan mudah digunakan. Layout yang baik harus mampu mengarahkan perhatian pengguna secara natural menuju informasi yang paling penting, menciptakan hierarki visual yang jelas, dan memastikan bahwa seluruh elemen halaman tersusun secara harmonis dan seimbang (Tidwell et al., 2020). Sementara itu, pemilihan tipografi yang tepat, meliputi jenis huruf, ukuran, spasi, dan kontras warna teks, sangat berpengaruh terhadap keterbacaan konten dan kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi yang disajikan dalam website (Bringinghurst, 2013 dalam Handayani et al., 2021).

E. Perancangan Ulang (Redesign)

Perancangan ulang atau redesign merupakan proses melakukan perubahan dan pembaruan terhadap desain yang telah ada sebelumnya dengan menghadirkan ide, konsep, dan pendekatan visual yang baru, dengan tujuan menghasilkan tampilan dan fungsi yang lebih baik dari desain sebelumnya (Garrett, 2011). Perancangan ulang UI website umumnya dilakukan sebagai respons terhadap perubahan kebutuhan pengguna, perkembangan tren desain, peningkatan standar teknologi, atau identifikasi permasalahan pada desain yang sudah ada yang berdampak negatif terhadap pengalaman pengguna.

Terdapat berbagai alasan yang mendorong perlunya dilakukan perancangan ulang terhadap UI sebuah website. Menurut Nielsen Norman Group (2020), perancangan ulang UI perlu dilakukan apabila website mengalami tingkat bounce rate yang tinggi, penurunan durasi kunjungan pengguna, rendahnya tingkat konversi, atau adanya perubahan signifikan dalam identitas visual perusahaan. Dalam konteks bisnis jasa, perancangan ulang UI website yang tidak lagi relevan atau tidak mencerminkan profesionalisme perusahaan menjadi sangat mendesak, mengingat website merupakan titik kontak pertama yang paling sering diakses oleh calon pelanggan dalam mengevaluasi kredibilitas dan kualitas layanan yang ditawarkan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

F. Model ADDIE

Model pengembangan ADDIE merupakan salah satu model pengembangan produk yang paling banyak digunakan dalam penelitian dan pengembangan di berbagai bidang, termasuk dalam pengembangan desain UI dan media pembelajaran. ADDIE merupakan akronim dari lima tahapan pengembangan yang dilakukan secara sistematis dan berurutan, yaitu Analysis (analisis), Design (desain), Development (pengembangan), Implementation (implementasi), dan Evaluation (evaluasi) (Dick & Carey, 2015). Model ini dikembangkan berdasarkan prinsip bahwa setiap tahapan pengembangan harus didasarkan pada hasil evaluasi dari tahapan sebelumnya, sehingga produk yang dihasilkan dapat terus disempurnakan secara iteratif hingga mencapai kualitas yang optimal. Branch (2009) menegaskan bahwa keunggulan utama model ADDIE terletak pada sifatnya yang fleksibel dan dapat diterapkan pada berbagai jenis proyek pengembangan produk, mulai dari pengembangan konten pendidikan hingga perancangan sistem dan antarmuka digital yang kompleks.

Tahap analisis merupakan tahap pertama dan paling mendasar dalam model pengembangan ADDIE. Pada tahap ini, pengembang melakukan identifikasi dan pengkajian secara menyeluruh terhadap permasalahan yang ada, kebutuhan pengguna, karakteristik sasaran, serta tujuan yang ingin dicapai melalui produk yang akan dikembangkan (Branch, 2009). Analisis yang dilakukan mencakup analisis kebutuhan, analisis karakteristik pengguna, analisis lingkungan penggunaan produk, serta analisis kesenjangan antara kondisi yang ada saat ini dengan kondisi yang diharapkan. Hasil dari tahap analisis ini menjadi landasan utama bagi seluruh keputusan desain dan pengembangan yang akan dilakukan pada tahap-tahap berikutnya (Dick & Carey, 2015). Dalam konteks perancangan UI website, tahap analisis mencakup identifikasi permasalahan pada tampilan antarmuka yang sudah ada, pengkajian kebutuhan visual pengguna, serta penetapan tujuan dan kriteria keberhasilan desain yang akan dikembangkan (Garrett, 2011).

Tahap desain merupakan tahap kedua dalam model ADDIE yang berfokus pada perencanaan dan perancangan solusi berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, pengembang merancang konsep, struktur, dan spesifikasi teknis produk yang akan dikembangkan secara rinci dan terstruktur (Branch, 2009). Dalam konteks perancangan UI website, tahap desain meliputi pembuatan wireframe, penentuan skema warna, pemilihan tipografi, perancangan layout halaman, serta penetapan elemen-elemen visual yang akan digunakan secara keseluruhan. Menurut Tidwell et al. (2020), proses desain UI yang baik harus dimulai dari pembuatan prototype awal yang kemudian dievaluasi dan disempurnakan secara bertahap sebelum memasuki tahap pengembangan lebih lanjut. Tahap desain yang matang dan terencana dengan baik akan sangat menentukan kualitas dan efisiensi proses pengembangan produk pada tahap selanjutnya.

Tahap pengembangan merupakan tahap ketiga dalam model ADDIE di mana rancangan yang telah dibuat pada tahap desain diwujudkan menjadi produk nyata yang dapat digunakan. Pada tahap ini, seluruh elemen desain yang telah direncanakan sebelumnya dikembangkan dan diintegrasikan menjadi sebuah produk yang utuh dan fungsional (Dick & Carey, 2015). Dalam konteks perancangan UI website, tahap pengembangan mencakup proses layout, prototyping, dan finalisasi desain menggunakan perangkat lunak desain digital seperti Adobe XD, Figma, atau Sketch. Menurut Nielsen Norman Group (2020), proses prototyping yang dilakukan pada tahap pengembangan sangat penting untuk menguji fungsionalitas dan kegunaan desain sebelum diimplementasikan secara penuh, sehingga potensi kesalahan dan kekurangan pada desain dapat diidentifikasi dan diperbaiki sedini mungkin sebelum produk diserahkan kepada pengguna akhir.

Tahap implementasi merupakan tahap keempat dalam model ADDIE di mana produk yang telah selesai dikembangkan mulai diujikan dan diterapkan kepada pengguna sasaran yang sebenarnya. Pada tahap ini, produk diperkenalkan kepada pengguna melalui serangkaian uji coba yang terstruktur untuk mengevaluasi tingkat kelayakan, kegunaan, dan efektivitas produk dalam memenuhi kebutuhan pengguna (Branch, 2009). Dalam konteks penelitian dan pengembangan desain UI website, tahap implementasi mencakup pelaksanaan uji validitas oleh ahli media dan uji coba produk oleh kelompok pengguna yang representatif. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa produk telah memenuhi standar teknis dan estetika yang ditetapkan, sementara uji coba produk dilakukan untuk mengetahui respons dan penilaian pengguna terhadap tampilan dan fungsionalitas desain yang telah dikembangkan (Sugiyono, 2017).

Tahap evaluasi merupakan tahap terakhir sekaligus tahap yang paling menentukan dalam model ADDIE, di mana seluruh hasil penilaian, saran, dan masukan yang diperoleh dari proses uji validitas maupun uji coba produk dikaji secara mendalam untuk dijadikan dasar perbaikan dan penyempurnaan produk. Menurut Dick dan Carey (2015), evaluasi dalam model ADDIE terbagi menjadi dua jenis, yaitu evaluasi formatif yang dilakukan selama proses pengembangan berlangsung dan evaluasi sumatif yang dilakukan setelah produk selesai dikembangkan secara keseluruhan. Evaluasi formatif bertujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan produk secara bertahap selama proses pengembangan, sedangkan evaluasi sumatif bertujuan untuk menilai efektivitas dan kelayakan produk secara menyeluruh setelah produk selesai dikembangkan (Branch, 2009). Hasil evaluasi yang komprehensif dan objektif menjadi kunci dalam menghasilkan produk akhir yang berkualitas tinggi dan benar-benar mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna sasaran.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian riset dan pengembangan. Dimana yang menurut (Sugiyono (2017:297) dalam bahasa Inggrisnya disebut Research and Development (R&D). Penelitian dan pengembangan adalah penelitian yang ditujukan untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada (Ali Maksum, 2012:79).

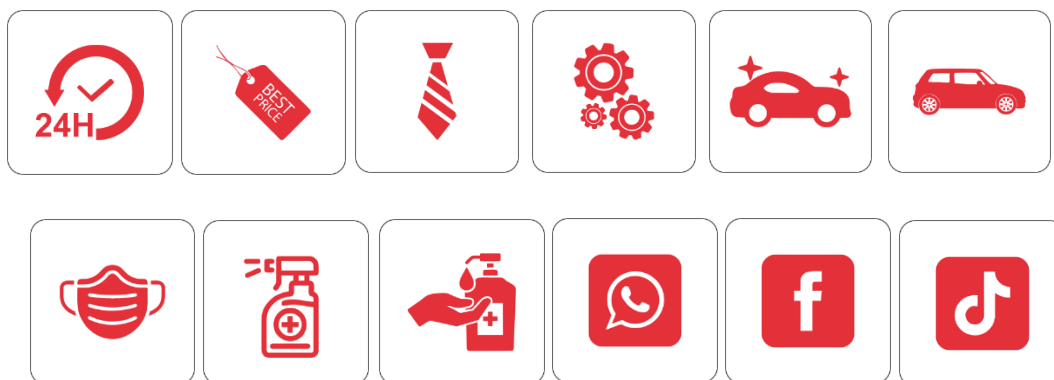


Gambar 1 Alur Model Pengembangan ADDIE (Dick & Carry, 1996)

Model pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model ADDIE yang diadopsi dari Dick and Carry (1996), model penelitian ini terdiri atas lima tahapan yaitu analysis, Pada tahap analisis, penulis terlebih dahulu melakukan identifikasi masalah pada tampilan antarmuka website Mulia Trans Rent Car. Dalam identifikasi yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa komposisi warna desain visual website yang dimiliki oleh Mulia Trans rent car masih belum baik dan belum konsisten, warna mayoritas yang digunakan dalam situs juga belum memiliki keserasian dengan logo yang dimiliki oleh Mulia Trans Rent Car. Tahap design, Pada tahap ini, penulis melakukan perancangan konsep desain user interface website Mulia Trans Rent Car, penulis kemudian membuat Pada tahap ini penulis juga merancang elemen visual yang akan digunakan pada website. Tahap development, pada tahap ini, penulis mewujudkan wireframe yang telah dibuat menjadi produk yang nyata. Penulis mewujudkan rancangan atau desain yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, proses layout dan prototyping website dilakukan dengan menggunakan software Adobe XD. Tahap Implementation, setelah selesai melakukan pengembangan produk, penulis mengimplementasikan hasilnya dengan melakukan uji validitas dan uji coba. Uji validitas dilakukan oleh dosen yang dianggap memiliki pemahaman dan keahlian mengenai desain yang telah dirancang sebagai ahli media, sedangkan uji coba produk dilakukan oleh satu orang dari pihak Mulia Trans Rent Car, seorang konsumen Mulia Trans Rent Car dan sembilan orang mahasiswa. Tahap Evaluation, pada tahap selanjutnya, hasil penilaian, saran dan masukan yang diperoleh dari uji validitas dan uji coba produk dijadikan bahan dalam tahap evaluasi dan perbaikan produk yang berhasil dikembangkan

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Pengembangan

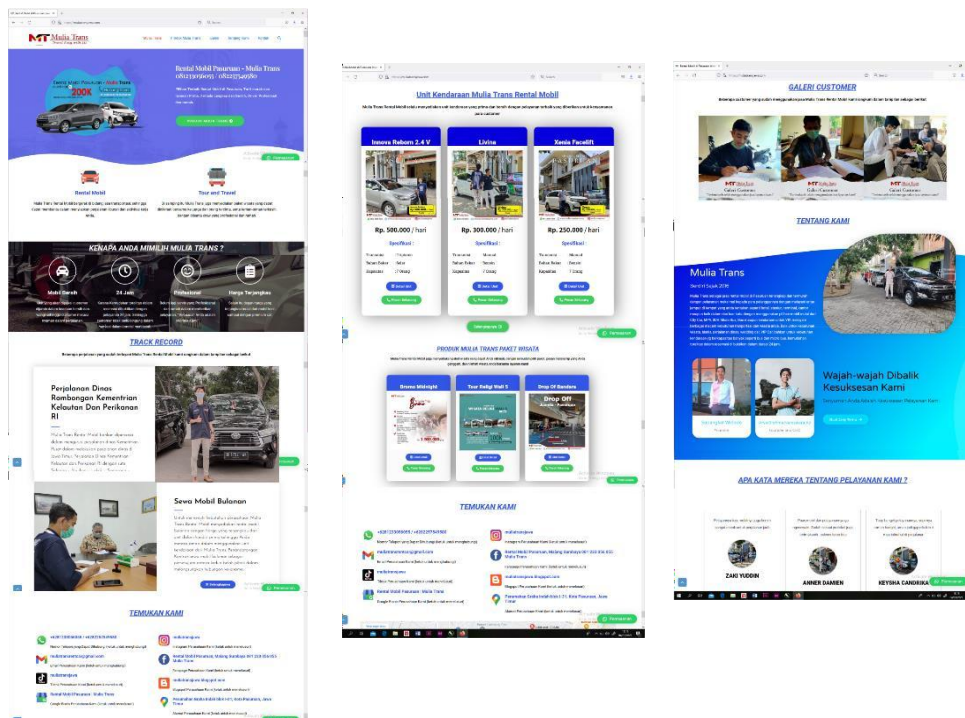




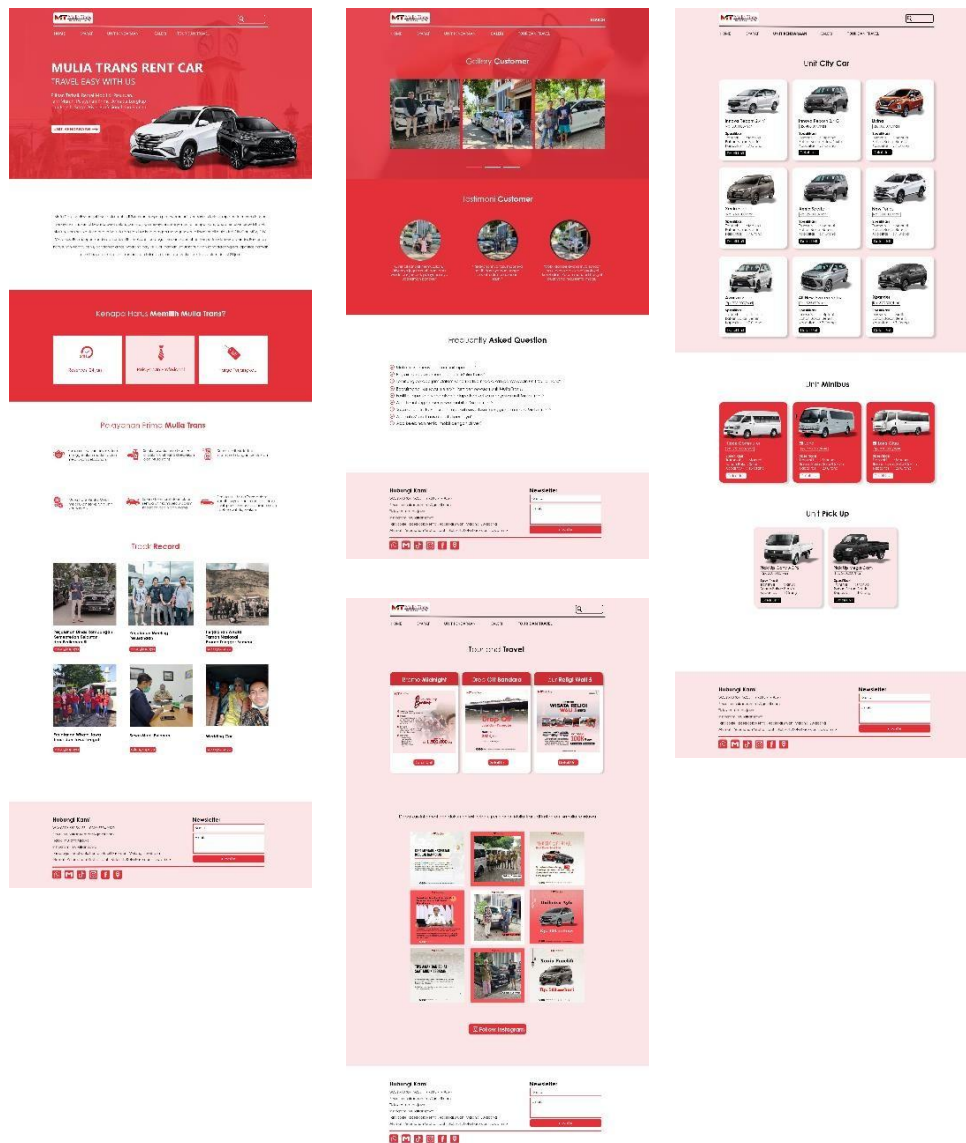
Gambar 2 Elemen Visual (Sumber: Kolaborasi Penulis, 2025)



Gambar 3 Wireframe Website (Sumber: Kolaborasi Penulis, 2025)



Gambar 4 Tampilan Website Lama (Sumber: Mulia Trans Rent Car, 2025)



Gambar 5 Tampilan Website Baru (Sumber: Kolaborasi Penulis, 2025)

2. Hasil Uji Validitas dan Uji Coba

Data uji validitas diperoleh dari hasil pengisian kuisioner oleh ahli media. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan oleh seorang dosen yang dianggap mampu dan memiliki pemahaman serta keahlian mengenai desain. Lembar validasi diberikan kepada ahli media untuk mengetahui tingkat kelayakan produk yang sudah dikembangkan. Lembar validasi disusun menggunakan skala Likert 5 (lima) jawaban yang digabungkan sehingga membentuk skor atau nilai yang mempresentasikan sikap, prsepsi dan pendapat dari ahli media terhadap produk yang sudah dikembangkan.

Pada lembar validasi, ahli media diberikan 5 piihan jawaban mengenai produk yang sudah dikembangkan, yaitu: (SK) yang berarti sangat kurang dengan nilai 1, (K) berarti kurang dengan nilai 2, (S) berarti sedang dengan nilai 3, (B) berarti baik dengan nilai 4, dan (SB) berarti sangat baik dengan nilai 5. Jumlah pernyataan pada lembar validasi sebanyak 19 butir pernyataan, dan disertai dengan kolom saran perbaikan.

Pada aspek prinsip desain web, nilai maksimal dari keseluruhan jawaban adalah 20, dan ahli media memberikan nilai 13. Pada aspek elemen desain visual, nilai maksimal adalah 20, dan ahli media memberikan nilai 13. Pada aspek kegunaan, nilai maksimal dari keseluruhan jawaban adalah

10, dan ahli media memberikan nilai 7. Pada aspek kualitas informasi, nilai maksimal adalah 15, dan ahli media memberikan nilai 10. Pada aspek kualitas interaksi, nilai maksimal keseluruhan adalah 15, dan ahli media memberikan nilai 11.

Pada aspek kesan keseluruhan, nilai maksimal adalah 15, dan ahli media memberikan nilai 11. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian ahli media, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan persentase 68,4 % dalam kategori valid. Kemudian kuisioner uji coba produk juga disusun menggunakan skala Likert 5 (lima) jawaban yang digabungkan sehingga membentuk skor atau nilai yang mempresentasikan sikap, persepsi dan pendapat dari ahli media terhadap produk yang sudah dikembangkan.

Pada kuisioner uji coba produk diberikan 5 pilihan jawaban mengenai produk yang sudah dikembangkan, yaitu: (STS) yang berarti sangat tidak setuju dengan nilai 1, (TS) berarti tidak setuju dengan nilai 2, (R) berarti ragu dengan nilai 3, (S) berarti setuju dengan nilai 4, dan (SS) yang berarti sangat setuju dengan nilai 5.

Berdasarkan hasil uji coba produk, rata-rata responden memberikan nilai 4. Berdasarkan penilaian responden yang didapat, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan persentase 95,4% dalam kategori sangat layak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ulang User Interface website Mulia Trans Rent Car merupakan sebuah proses merancang kembali tampilan antarmuka website perusahaan dengan tujuan memperbaiki kualitas desain UI yang telah ada sebelumnya agar menjadi lebih baik, lebih menarik, dan mampu meningkatkan daya tarik pengunjung website secara keseluruhan. Produk yang dihasilkan dari penelitian dan pengembangan ini berupa desain UI baru website Mulia Trans Rent Car dengan ukuran layar full HD desktop beresolusi 1920x1080 pixel, yang ditampilkan dengan konsep desain visual sederhana dan modern, serta mengutamakan penggunaan warna yang konsisten dan serasi dengan identitas visual logo perusahaan.

Proses perancangan ulang desain User Interface website Mulia Trans Rent Car dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis sesuai dengan model pengembangan ADDIE yang dikembangkan oleh Dick and Carry, yang terdiri dari lima tahap utama yaitu analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Setelah melalui seluruh tahapan pengembangan tersebut, produk yang telah dikembangkan kemudian divalidasi oleh ahli media dan diujicobakan kepada responden. Berdasarkan saran dan masukan yang diperoleh dari validator maupun responden, produk kemudian direvisi kembali untuk menyempurnakan kualitas desain yang dihasilkan.

Hasil uji validitas yang dilakukan oleh ahli media menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan memperoleh skor dengan persentase sebesar 68,4% yang masuk dalam kategori valid, mengindikasikan bahwa desain UI yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan dari sisi teknis dan estetika media digital. Sementara itu, hasil uji coba produk berdasarkan penilaian responden menunjukkan perolehan skor dengan persentase sebesar 95,4% yang masuk dalam kategori sangat layak, mencerminkan bahwa pengguna memberikan respons yang sangat positif terhadap tampilan dan fungsionalitas desain UI website yang telah dirancang ulang.

Adapun kelemahan yang ditemukan dalam proses pengembangan prototype desain User Interface website ini adalah adanya potensi kesalahpahaman antara pencipta prototype dengan tim pengembang, terutama apabila komunikasi di antara keduanya tidak berjalan secara efektif dan lancar. Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan diskusi secara langsung antara pencipta prototype dan tim pengembang secara berkala guna menyatukan dan menyamakan persepsi serta pemahaman mengenai sistem yang akan dikembangkan, sehingga potensi terjadinya kesalahpahaman dalam proses pembuatan sistem dapat diminimalkan secara signifikan.

Dengan demikian, berdasarkan keseluruhan hasil pengujian dan evaluasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa produk perancangan ulang desain User Interface website Mulia Trans Rent Car yang telah dikembangkan dinyatakan valid dan sangat layak untuk diimplementasikan sebagai tampilan resmi website perusahaan, guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta memperkuat citra profesional perusahaan di mata calon pelanggan secara daring.

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, serta kelemahan yang telah diidentifikasi dalam proses pengembangan produk, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai bahan pertimbangan bagi berbagai pihak yang terkait. Bagi pihak Mulia Trans Rent Car, disarankan untuk segera mengimplementasikan desain UI baru yang telah dikembangkan pada website resmi perusahaan dan secara berkala melakukan evaluasi terhadap performa website, terutama dari sisi kepuasan pengguna dan tingkat kunjungan, agar kualitas website dapat terus ditingkatkan seiring dengan perkembangan tren desain digital yang terus berevolusi. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian serupa, disarankan untuk memperhatikan aspek validasi ahli media yang pada penelitian ini memperoleh persentase sebesar 68,4%, dengan cara memperdalam kajian terhadap prinsip-prinsip desain UI yang lebih komprehensif seperti tipografi, hierarki visual, dan pengalaman pengguna secara menyeluruh, serta memperluas jumlah responden uji coba agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, untuk mengatasi kelemahan komunikasi antara pencipta prototype dan tim pengembang, disarankan agar proses pengembangan website selanjutnya menerapkan metode komunikasi yang lebih terstruktur seperti penggunaan dokumentasi desain yang lengkap, pertemuan rutin, dan pemanfaatan tools kolaborasi digital seperti Figma atau Adobe XD yang memungkinkan seluruh anggota tim untuk mengakses dan memahami desain secara real-time, sehingga risiko kesalahpahaman dalam proses implementasi dapat diminimalkan secara efektif.

PERNYATAAN ETIKA & PERAN PENULIS (CREDIT STATEMENT)

Pernyataan Etika & Peran Penulis (Credit Statement)

Penulis Satu (Amidatus Sholihat Jamil): Konseptualisasi, Metodologi, Penulisan – draf asli.

Penulis Dua (Wahyuni): Kurasi data, Validasi.

Kebijakan Data

Data yang mendukung temuan penelitian ini tersedia dari penulis korespondensi berdasarkan permintaan yang wajar.

Persetujuan Etik

Penelitian ini telah disetujui oleh Komite Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan dan mematuhi standar etika penelitian pada manusia.

REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. (2019). *The fundamentals of graphic design* (2nd ed.). Bloomsbury Visual Arts.
- Bringhurst, R. (2013). *The elements of typographic style* (4th ed.). Hartley & Marks Publishers
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education..
- Dick, W., Carey, L., & Carey, J. O. (2015). *The systematic design of instruction* (8th ed.). Pearson Education.
- Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond* (2nd ed.). New Riders.

- GE Capital Retail Bank. (2023). *Second annual shopper study: The digital consumer*. GE Capital.
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., & Budi, I. (2021). Pengaruh kualitas desain antarmuka terhadap kepuasan pengguna website e-commerce di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 17(1), 45–58.
- Hasan, N. (2019). APLIKASI PENYEWAAN MOBIL BERBASIS WEBSITE (Studi Kasus pada Rental Mobil Lotus Purworejo). *Bianglala Informatika*, 7(2), 117–122.
- Hidayat, R. (2014). *Cara praktis membangun website gratis*. PT Elex Media Komputindo.
- Interaction Design Foundation. (2021). *User interface design guidelines: 10 rules of thumb*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/user-interface-design-guidelines-10-rules-of-thumb>
- Jannah, L. (n.d.). 'Lu'Ul. 2013. Redesain Logo Dan Aplikasinya Dalam Corporate Identity Mebel "UD Gangsar Jati" Tegal.
- Kinesis. (2022). *Website statistics: How design impacts user behavior*. <https://www.kinesisinc.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar desain komunikasi visual. Yogyakarta: Andi Offset
- Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2013). Exciting red and competent blue: The importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(5), 711–727. <https://doi.org/10.1007/s11747-012-0287-2>
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2nd ed.). Rockport Publishers.
- Nielsen Norman Group. (2020). *10 usability heuristics for user interface design*. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics>
- Reynaldi, A. (2019). Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost. Universitas Negeri Makassar.
- Reynaldi, A. (2019). Perancangan user interface dan user experience pada aplikasi berbasis web. *Jurnal Teknologi Informasi*, 5(1), 12–24.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- 8 Suyanto, A. H. (2009). Step by step web design theory and practices. Andi, Yogyakarta.
- Suyanto, M. (2009). *Multimedia alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing*. Penerbit Andi.
- Sweor. (2019). *27 eye-opening website statistics: Is your website costing you clients?* <https://www.sweor.com/firstimpressions>.
- Tidwell, J., Brewer, C., & Valencia, A. (2020). *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design* (3rd ed.). O'Reilly Media.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Yani, J. A. (n.d.). Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment. New York: Plenum Press.
- Yudistira P, Chandra. Diktat Kuliah Psikometri. Fakultas Psikologi Universitas.