

Analisa Identifikasi Permasalahan Prinsip UI Website Lucido-L Indonesia

Vidya Gandha Kuvarani Kimas

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
01023200016@student.uph.edu

Ellis Melini

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
ellis.melini@uph.edu

ABSTRAK

Lucido-L Indonesia adalah sebuah cabang perusahaan perawatan rambut terkemuka asal Jepang yang secara konsisten menyediakan solusi perawatan rambut yang efektif dan premium yang menyediakan beragam jenis dan kebutuhan rambut. Namun, mereka menyadari bahwa untuk memperkuat citra brand mereka diantara masyarakat Indonesia ini, salah satu media utama yang paling berpengaruh adalah melalui *website*. Mereka menyadari *website* Lucido-L Indonesia bahwa terdapat banyak kelemahan pada segala aspek UI terkait. Maka dari itu, Lucido-L Indonesia ingin melakukan studi analisis sesuai dengan prinsip UI yaitu *accessibility* dan *usability* terhadap *website* mereka saat ini dilanjutkan dengan metode Bella Martin dan Bruce Hanington. Dengan melakukan studi analisa tersebut, diharapkan *website* Lucido-L Indonesia dapat merancang ulang *website* berprinsip *UI/UX* yang tepat sehingga tujuan dari Lucido-L Indonesia sendiri untuk mengembangkan citra mereka secara *online* dan aksesibilitas produk kepada konsumen secara komprehensif dapat tercapai.

Kata Kunci: *Website*, *User Interface*, Perancangan Ulang, *Usability*

PENDAHULUAN

Website merupakan salah satu platform *online* yang bersifat representatif dan sering dihubungkan secara komersial oleh perusahaan dalam berbisnis (Furkonudin, dkk, 2016). Selanjutnya, memahami bahwa menciptakan suatu *website* yang efektif adalah kunci untuk memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengguna dan memungkinkan mereka untuk dengan mudah mencari, memahami, dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan data dari *Social Media Marketing* Lucido-L Indonesia sendiri ingin mencapai tujuan mereka yaitu meningkatkan *brand trust* dari produk secara *online* sebagai *website product knowledge* resmi pada tahun 2023, mereka menyadari bahwa *website* mereka tidak mencerminkan standar terbaik secara prinsip UI (*user interface*). Perlu diketahui bahwa jenis *website* Lucido-L Indonesia bersifat responsif, yaitu jenis *website* yang secara dinamis menyesuaikan elemen desain agar sesuai dengan ukuran layar yang ada, tujuannya adalah untuk mempermudah konsumen yang mengakses *website* tersebut pada perangkat yang berbeda (WDI,

2023). Mereka juga menyatakan bahwa akumulasi total waktu kunjungan per menit pada *website* hanyalah selama 1-3 menit setiap orangnya. Ini merupakan bukti bahwa *website* ini tidak memenuhi standar prinsip *user interface* yang paling utama, yaitu *usability*.

Untuk memenuhi standar *usability*, terdapat beberapa komponen yang harus dipenuhi dan saling berhubungan, yaitu *visibility of system status*, *match between system and real world*, *user control and freedom*, *Consistency and Standard*, *error prevention*, *recognition rather than recall*, *flexibility and efficiency of use*, *aesthetics and minimalist design*, *Help users recognize, diagnose and recover from errors*, dan *help and documentation*.

Untuk itu, penulis merasa perlu untuk melakukan analisa lebih lanjut terhadap setiap komponen *usability* menggunakan metode teori pengukuran Nielsen yang didukung oleh beberapa aspek Deacon sehingga dapat merancang ulang sebuah *website* yang memuat informasi, seperti deskripsi produk, cara penggunaan, dan manfaatnya, tersedia dengan alur navigasi yang lebih jelas dan mudah dipelajari ataupun diakses oleh pengguna secara visual baik itu melalui berbagai elemen desain seperti ukuran dan tipe font, warna, bentuk, gambar, dan efek yang membuat pengalaman berselancar di *website* Lucido-L menjadi lebih menyenangkan dan memanjakan serta pada waktu yang bersamaan dapat menjadi acuan resmi mengenai produk mereka.

KAJIAN TEORI

UI pada hakikatnya adalah interaksi pengguna dengan sebuah perangkat dan UI akan selalu menyesuaikan kebutuhan pengguna. Maka dari itu, untuk menyusun suatu UI, *usability* merupakan elemen kunci dan digunakan dalam mengidentifikasi masalah *interface* yang disampaikan oleh Jakob Nielsen, web desainer sekaligus penulis buku *Web Usability* pada tahun 1999, yang dimana menjadi acuan disiplin bagi desainer untuk mendesain UI *website* hingga sekarang.

Nielsen mengevaluasi kriteria yang diperlukan pada sebuah website ke dalam sepuluh aspek, yang lebih dikenal sebagai *Ten Nielsen's Heuristics*. Kriteria pertama adalah *visibility of system status*, pengguna seharusnya selalu diinformasikan tentang apa yang sedang terjadi dalam sistem, diberikan umpan balik tentang status atau kemajuan tindakan mereka. Misalnya, *progress bars*, *loading indicators*, atau pesan umpan balik yang jelas membantu pengguna memahami status pada *website*.

Match between system and the real world, UI harus menggunakan bahasa, terminologi, dan konsep yang familiar bagi pengguna, sesuai dengan model dan cara mereka berpikir tentang suatu perintah. Ini membuat interaksi

bersifat lebih intuitif. *User control and freedom*, pengguna harus memiliki kemampuan untuk dengan mudah membatalkan atau keluar dari tindakan, memungkinkan mereka untuk pulih dari kesalahan atau langkah yang tidak diinginkan. Memberikan opsi batal atau membatalkan yang jelas dapat meningkatkan kontrol pengguna dan mencegah frustrasi. *Consistency and standards*, harus mengikuti pola desain dan konvensi yang konsisten di seluruh sistem. Ini termasuk penempatan elemen yang konsisten, menu navigasi, dan penggunaan ikon, warna, dan terminologi standar. *Error prevention*, sistem harus secara proaktif mencegah kesalahan dengan membimbing pengguna dan memberikan instruksi yang jelas. Misalnya, mengonfirmasi tindakan penting, seperti menghapus data, dapat membantu mencegah kesalahan tidak sengaja.

Recognition rather than recall, pengguna tidak harus diharuskan mengingat informasi dari satu bagian ke bagian lain. Informasi dan opsi penting harus terlihat atau dapat diambil dengan mudah, mengurangi kebutuhan akan daya ingat. *Flexibility and efficiency of use, interface* harus mengakomodasi baik pengguna pemula maupun ahli.

Pengguna berpengalaman harus dapat menyelesaikan tugas dengan lebih cepat melalui pintasan, sementara pemula harus memiliki akses panduan dan bantuan. *Aesthetic and minimalist design*, interface harus menyajikan informasi secara bersih, terorganisir, dan menarik secara visual. Hindari kerumitan, elemen yang tidak perlu, dan kompleksitas berlebihan yang dapat mengganggu atau membingungkan pengguna. *Help users recognize, diagnose, and recover from errors*, ketika kesalahan terjadi, sistem harus memberikan pesan kesalahan yang jelas dan ringkas yang menjelaskan apa yang salah dan memberikan saran untuk memperbaiki masalah tersebut.

Pengguna tidak boleh dibiarkan bingung atau frustrasi. *Help and documentation*, meskipun *interface* harus dirancang untuk kemudahan penggunaan, bermanfaat untuk menawarkan bantuan dan dokumentasi yang dapat diakses bagi pengguna yang membutuhkannya. Ini dapat mencakup manual pengguna, *tooltip*, atau bantuan kontekstual yang melengkapi pengalaman pengguna (Nielsen, 1994).

Dengan memperhatikan aspek *usability* kemudian mengidentifikasikannya melalui evaluasi heuristik berdasarkan 10 prinsip Nielsen, penulis dapat mengidentifikasi potensi masalah dan memprioritaskan perbaikan website Lucido-L Indonesia dari segi aspek pengalaman pengguna secara

keseluruhan. Prinsip-prinsip ini memberikan pendekatan sistematis untuk mengevaluasi dan menyempurnakan dan menghasilkan UI yang lebih intuitif, efisien, dan ramah pengguna.

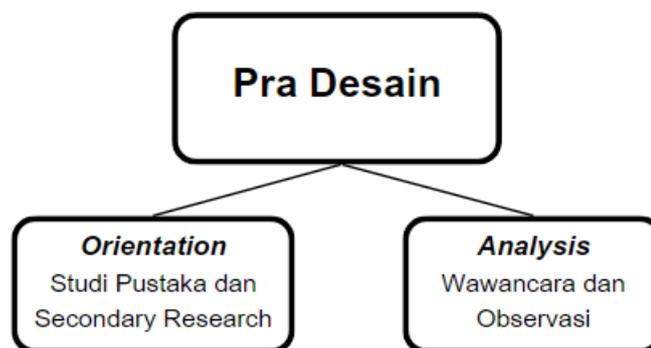
METODOLOGI

Pada proses perancangan ini, penulis mengadaptasi metodologi desain yang dikembangkan oleh Robin Landa, yang juga dikenal sebagai *Five Phases of The Graphic Design Process*. Metodologi ini terdiri dari lima tahap utama, yakni orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi (Landa, 2011). Kelima tahap ini kemudian dijabarkan menjadi cakupan lebih besar ke dalam tiga tahapan, yaitu pra-desain, desain, dan pasca-desain.



Gambar 1 Bagan Metodologi Desain dari Robin Landa.
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

Saat ini, perancangan hanya mencapai tahap pra-desain, yang mencakup dua tahap awal dalam metodologi desain Robin Landa, yaitu orientasi dan analisis. Pada tahap pra-desain, fokus utama adalah pada pengumpulan data. Dalam tahap orientasi, metode yang digunakan adalah metode teori 5 fase oleh Martin dan Hanington. Dalam tahap orientasi ini, penulis telah memanfaatkan metode studi pustaka dan penelitian sekunder. Studi pustaka adalah metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka merupakan komponen penting dalam proyek desain karena memungkinkan pengumpulan data terkait topik tertentu (Martin & Hanington, 2012, hal. 112).



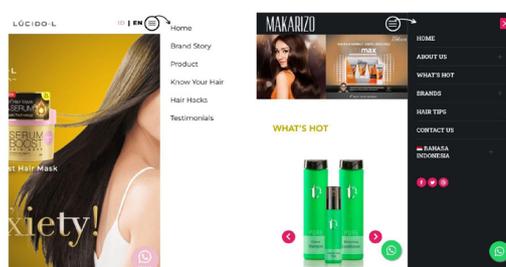
Gambar 2 Bagan Tahap Metode Pra-Desain.
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

Selain itu, metode penelitian sekunder juga digunakan dalam tahap ini. Penelitian sekunder melibatkan pengumpulan dan analisis data yang telah ada sebelumnya (Martin & Hanington, 2012, hal. 154). Tahap kedua, yaitu analisis, adalah langkah di mana data yang telah dikumpulkan pada tahap orientasi dianalisis lebih lanjut. Ini melibatkan metode wawancara dan observasi. Metode wawancara adalah cara untuk berinteraksi langsung dengan narasumber untuk mengumpulkan data berdasarkan pengalaman, pandangan, sikap, dan persepsi mereka terkait topik penelitian (Martin, Hanington, 2012, hal. 102). Selanjutnya, metode observasi atau pengamatan, adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap berbagai kejadian, termasuk manusia, lingkungan, perilaku, dan pola interaksi pada sampel masyarakat yang dituju (Martin, Hanington, 2012, hal. 120).

PEMBAHASAN

Website Lucido-L adalah web dari perusahaan Lucido-L sebagai wadah untuk menyediakan informasi tentang produk perawatan rambut yang diproduksi oleh perusahaan tersebut, serta informasi mengenai identitas perusahaan. Sesuai dengan moto dari induk perusahaan Lucido, yaitu Mandom yang adalah *Be Anything, Be Everything* berkomitmen untuk selalu hadir untuk menyediakan produk berkualitas terbaik bagi konsumennya. Website ini kemudian berfungsi sebagai saluran komunikasi dan informasi *online* antara perusahaan dan calon pelanggan atau pemangku kepentingan lainnya. Pada saat ini, halaman website Lucido-L hanya meliputi home, latar belakang brand, katalog produk, kuis yang berfungsi sebagai alat konsultasi, hacks, dan testimoni. Berdasarkan wawancara bersama tim sosial media mereka menginginkan website ini menjadi penunjuk yang efektif bagi para pelanggan untuk mengarahkan pelanggan pada produk yang cocok bagi mereka.

Kemudian berdasarkan perbandingan dari kompetitor lainnya, seperti Ellips dan Makarizo, website Lucido-L sangat berpotensi untuk dikembangkan karena Lucido-L merupakan salah satu brand dengan *website* yang menampilkan *company profile* dengan baik karena terpisah dari *website* perusahaan induknya, Mandom. Untuk memulai identifikasi permasalahan pada website Lucido-L, analisis perbandingan terhadap website Makarizo akan dijadikan acuan awal dalam menganalisis permasalahan visual website secara keseluruhan.



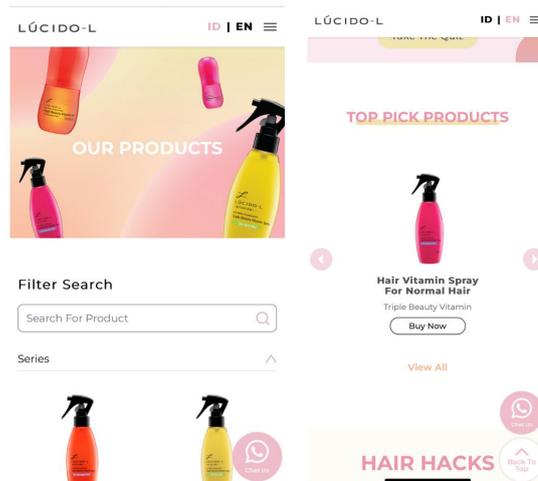
Gambar 3 Perbandingan Tampilan Website Lucido-L dan Makarizo.
(Sumber: <https://lucido-l.id/>, https://makarizo.com/id_ID/professional/, 2023)

Jika kita menelaah pada keputusan pemilihan navigation bar pada website Lucido-L dan Makarizo menjadi sebuah ikon tiga garis vertikal, keputusan tersebut membuat website Lucido-L memenuhi aspek *aesthetic and minimalist design* jika pengguna melihat tampilan visualnya untuk pertama kali. Namun, yang menjadi masalah adalah ketika membuka ikon tersebut dan menu tertampil, perbedaan yang signifikan terjadi pada dua website ini. Lucido-L menggunakan background putih dengan font dengan ukuran regular berwarna hitam, sebaliknya Makarizo memilih hitam sebagai backgroundnya dengan ketebalan font yang berjenis *bold* dan *semibold* didukung oleh ikon sosial media Makarizo yang berbentuk bulat dan berwarna pink menambah kesan kontras. Kontras memiliki peran krusial dalam aspek visual dari sebuah UI karena dapat meningkatkan kesadaran mata terhadap konten yang disajikan, sehingga menjadikan tampilan lebih mudah dipahami. Namun, Lucido-L Indonesia belum berhasil mencapai tingkat konsistensi dan *match between system and the real world*. Hal ini disebabkan oleh kegagalan mereka dalam menciptakan kontras, yang akhirnya membuat pengguna merasa bahwa situs web tersebut monoton dan kurang memiliki karakteristik khusus, sehingga sulit diingat.

Setelah itu, dalam hal pemilihan kata-kata yang digunakan di situs web Lucido-L, tampaknya tidak memperhatikan aspek *familiar words* (Deacon, 2021). Contohnya, istilah *hair hacks* kurang sesuai, karena menurut Collins Library, kata *hack* merujuk pada aktivitas meretas atau mengambil jalan pintas, yang mungkin tidak sesuai dengan produk perawatan rambut. Sebaliknya, penggunaan *hair tips* di Makarizo tampaknya lebih elegan karena kata *tips* memiliki makna membantu atau memberikan panduan dalam melakukan sesuatu. Istilah lain seperti *brand story* juga mungkin kurang cocok, karena sebenarnya lebih mengacu pada proses menulis plot untuk membangun koneksi emosional dengan pelanggan (Gambaran Brand, 2022), bukan menjelaskan identitas suatu merek dengan tepat.

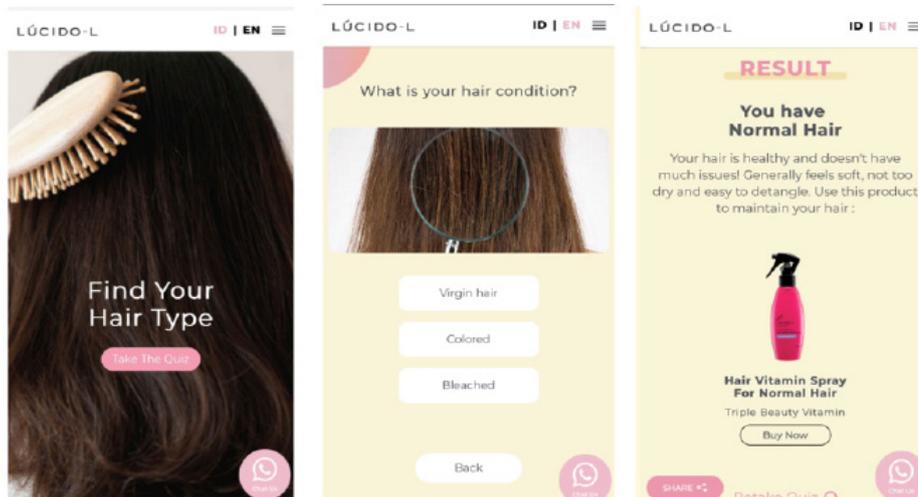
Identifikasi selanjutnya adalah pada menu *Product*, terlihat bahwa secara aspek consistency dan *negative space* terlihat dari perhitungan jarak antara satu bagian dengan yang lain, seperti diantara bagian filter search dan katalog produk dibawahnya, begitupula penempatan produk seperti pada menu *top pick products* yang menampilkan produk secara horizontal, jarak antara ujung layar dengan foto produk cukup baik dan tidak berlebihan, namun alignment pada keterangan produk masih sedikit tidak rapih seperti jarak antara tulisan *Triple Beauty Vitamin* dengan tombol *Buy Now* yang tidak sama jaraknya dengan *Hair Vitamin Spray For Normal Hair*.

Aspek flexibility dan efficiency to use juga tercapai pada menu ini, dimana dengan adanya tampilan top pick products secara horizontal, sangat membantu pengguna yang tidak terlalu menguasai website, sehingga mereka hanya dapat meng-scroll kebawah dan menemukan tampilan menu tersebut dan tetap dapat mengetahui dan membeli produk. Fitur Filter Search yang berisikan search bar, secara recognition rather than recall, menghemat waktu dan usaha mereka melakukan pencarian brand yang sama.



Gambar 4 Tampilan Website *Product* Lucido-L Indonesia.
(Sumber:<https://lucido-l.id/>, 2023)

Pada menu *Know Your Hair*, layout yang terlalu kaku merujuk pada tampilan yang kurang menarik dan terkesan statis. Ini berarti bahwa elemen-elemen pada menu *Know your Hair* tidak memiliki interaksi yang menarik atau elemen desain yang dinamis. Hal ini dapat membuat pengguna merasa bosan atau kurang tertarik untuk menjelajahi menu tersebut sehingga *learnability* sendiri telah gagal dicapai (Deacon, 2020), akan lebih baik apabila terdapat permainan efek ataupun kombinasi elemen grafis yang membantu pengalaman bereksplorasi pengguna.



Gambar 5 Tampilan Kuis Know Your Hair Lucido-L Indonesia.
(Sumber:<https://lucido-l.id/>, 2023)

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan

Website Lucido-L merupakan berfungsi sebagai saluran komunikasi dan informasi *online* antara perusahaan dan calon pelanggan dalam mengenal dan membeli

produk mereka. Oleh karena itu, sebuah studi kasus telah dilakukan dengan menerapkan metode evaluasi pada aspek *usability interface* berdasarkan 10 prinsip heuristik Jakob Nielsen. Secara keseluruhan, penulis mengidentifikasi bahwa *website* Lucido-L belum memenuhi standar UI yang baik untuk menjadi sebuah *website* berbasis *company profile* dikarenakan masih memiliki banyak kekurangan dari segi konsistensi dan keputusan pemilihan desain *layout*, teks, dan perpaduan warna yang efektif dan ini sangat berdampak bagi retensi pengguna dalam mengeksplorasi web.

Rekomendasi

Untuk menciptakan sebuah *website* yang efektif dalam segi *usability* dan *consistency*, diperlukan proses observasi yang mendalam secara langsung dengan survei terhadap kebutuhan pengguna yang akan terpenuhi melalui *website*. *Website* dapat memaksimalkan *platform*, fitur-fitur didalamnya sehingga pengguna merasa betah dan mengingat produk Lucido-L salah satunya melalui karakteristik dari *website* milik mereka. Selain itu, aspek keterbatasan waktu menjadi faktor penghambat utama dalam proses pengumpulan data, sehingga dalam rentang waktu sedemikian rupa sangatlah penting untuk melibatkan narasumber yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang masalah yang sedang diidentifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Deacon, P. B. (2020). *UX and UI Design Strategy: A step-by-step guide on UX and UI Design*. Pamala B. Deacon.
- Landa, R. 2011. *Graphic design solution* 4th edition. Boston: Clark Baxter
- Hanington, B. M., & Martin, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways To Research Complex Problems, develop innovative ideas, and Design Effective Solutions*. Beverly, MA, USA: Rockport.
- World Leaders in Research-Based User Experience. (n.d.). *10 usability heuristics for user interface design*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>