

PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE WEBSITE* METANESIA SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI

Sang Balarama¹, Muhamad Ro'is Abidin²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
sang.18111@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Digitalisasi merubah media informasi dan komunikasi masyarakat dalam analog ke digital. Metaverse adalah evolusi dunia digital dalam bentuk 3D yang memungkinkan adanya pengalaman pengguna yang baru. Metaverse menggunakan teknologi *extended reality (XR)*, *devices*, dan *blockchain*. Pada Metaverse pengguna dapat melakukan aktivitas yang sama pada dunia nyata, seperti bekerja, belajar, bermain, bertransaksi dan lain – lain. Metanesia adalah salah satu produk digital yang menggunakan teknologi Metaverse. Metanesia memerlukan media informasi untuk memperkenalkan produk mereka kepada publik. Sehingga untuk keperluan tersebut peneliti akan membuat media yang menjelaskan informasi secara detail dan mudah di akses oleh publik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai Metanesia dan edukasi tentang Metaverse. Metodologi yang digunakan pada perancangan ini yaitu, pendekatan kualitatif, observasi, studi literatur dan dianalisis dengan metode SWOT. Metode perancangan yang digunakan adalah metode *design thinking* Kelley dan Brown dari IDEO yang terdiri dari tahap *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil dari perancangan ini adalah desain *user interface* pada *website* yang memuat beragam informasi dan edukasi mengenai Metanesia serta Metaverse yang informatif dan komunikatif.

Kata Kunci: Metaverse, Website, User Interface, Design Thinking

Abstract

Digitalization changes the media of information and communication of society from analog to digital. Metaverse is the evolution of the digital world in 3D which enables new user experiences. Metaverse uses extended reality (XR), devices, and blockchain technology. In Metaverse users can perform the same activities in the real world, such as work, study, play, transact and others. Metanesia is a digital product that uses Metaverse technology. Metanesia needs information media to introduce their products to the public. So that for this purpose the researcher will create a media that explains the information in detail and is easily accessible by the public. This study aims to provide information about Metanesia and education about the Metaverse. The methodology used in this design is a qualitative approach, observation, literature study and analyzed using the SWOT method. The design method used is the Kelley and Brown design thinking method from IDEO which consists of the Emphatize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The result of this design is a user interface design on the website that contains a variety of informative and communicative information and education about Metanesia and Metaverse.

Keywords: Metaverse, Website, User Interface, Design Thinking

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi selalu berkembang dari tahun ke tahun dan senantiasa dimanfaatkan untuk menunjang aktivitas

manusia. Komputerisasi merupakan salah satu faktor pemicu pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era sekarang. Pada masa yang akan datang, perkembangan

teknologi ini dipengaruhi tiga hal, yaitu transisi digital, konvergensi jaringan, dan infrastruktur digital (Danuri, 2019). Transisi digital, konvergensi jaringan, dan infrastruktur digital memicu terbentuknya era digitalisasi. Digitalisasi bisa juga disebut solusi untuk mempermudah manusia dalam menjalani aktivitas secara digital sesuai tujuan dan keinginan mereka. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi, Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada skala 0-10, Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia 2021 sebesar 5,76 meningkat dibandingkan tahun 2020 yang sebesar 5,59. Peningkatan angka indeks tersebut salah satunya disebabkan oleh ketergantungan manusia terhadap teknologi amatlah tinggi. Ketergantungan manusia menyebabkan adanya perubahan perilaku baru dari manusia yang mengacu dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Teknologi juga berkembang dalam bidang komunikasi dan sosial. Perkembangan teknologi ini menghadirkan istilah baru, yaitu Metaverse. Metaverse merupakan inovasi teknologi ruang virtual tiga dimensi yang saat ini sedang membuat penasaran banyak orang baik dari perkembangannya yang sangat pesat serta implementasinya yang mulai banyak digunakan dalam berbagai sektor kehidupan (Indarta dkk, 2022). Menurut Statista dalam Survei Maret 2022 terhadap perusahaan dari negara-negara terpilih yang telah berinvestasi di Metaverse, lebih dari 92% bisnis yang merespons merasa bahwa pandemi global COVID-19 telah mempercepat pengembangan teknologi Metaverse. Dengan perkembangan teknologi secepat itu masyarakat lebih tahu soal kemunculan istilah Metaverse. Pada Metaverse pengguna dapat melakukan aktivitas yang sama pada dunia nyata, seperti bekerja, belajar, bermain, bertransaksi dan lain-lain. Menurut NewZoo dalam Survei Tahun 2021 terhadap negara US, UK, Perancis, dan Jerman, Pemain Metaverse menghabiskan rata-rata dua jam lebih lama sebulan untuk bermain game, setiap pemain menghabiskan rata-rata \$1,28 lebih banyak dalam enam bulan terakhir. Hal ini menyebabkan ketergantungan dan kenyamanan masyarakat bermain Metaverse sudah cukup tinggi dengan adanya transaksi dan durasi bermain tersebut. Dari segi aspek teknologi Metaverse menggunakan *extended reality* (XR), *devices* dan *blockchain*.

Metanesia adalah *platform* dengan pengalaman media baru yang menggabungkan lingkungan digital dan didukung dengan platform interaksi virtual bagi pengguna untuk terhubung, berkolaborasi, dan bertransaksi. Metanesia, seperti dunia nyata, memiliki beragam ekosistem yang dapat tumbuh sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metanesia saat memiliki lima macam produk yaitu Metanesia Mall, Metanesia Stage, Metanesia Arcade, Metanesia Communal Space dan Metanesia Personal Space. Metanesia dapat diakses menggunakan *device* Laptop/PC dan *Smartphone*. Pada Metanesia pengguna juga dapat membeli aset digital yang terhubung melalui Metanesia Market dengan menggunakan teknologi *blockchain*. Metanesia memerlukan media untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk mereka yang mencakup seluruh informasi produk secara detail dan mudah diakses oleh semua kalangan orang.

Media informasi dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk menyusun informasi yang berfungsi untuk mengkomunikasikan informasi kepada publik. *Website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman - halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing - masing dihubungkan dengan jaringan - jaringan halaman. (Batubara, 2012). Tidak hanya memuat informasi saja, *website* juga bisa digunakan untuk komunikasi, belajar, hiburan, dan lain-lain. Perancangan sebuah *website* yang baik dan menarik, dibutuhkan sumber daya manusia yang mampu memperbaiki suatu tampilan *website*. Sebuah *website* dibuat untuk memuat beragam informasi soal suatu produk ataupun jasa. Keterlambatan informasi pada suatu produk ataupun jasa, dapat menyebabkan pengguna merasa bingung dan kurang paham. Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner kepada calon pengguna, dan didapatkan hasil bahwa mereka mayoritas kurang paham mengenai Metaverse dan produk Metanesia. Dengan demikian sedikitnya informasi terhadap calon pengguna mengenai Metanesia, peneliti akan membuat desain *user interface website* Metanesia yang efisien dan informatif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Prodi Teknik Informatika menghasilkan perancangan *website e - commerce* yang dikembangkan

menggunakan metode pengembangan *Design Thinking* (Wibowo dkk, 2021). Selanjutnya penelitian oleh mahasiswa Universitas Kristen Petra, Prodi Desain Komunikasi Visual menghasilkan animasi yang ditampilkan pada *website* interaktif guna meningkatkan pembelajaran matematika anak kelas enam sekolah dasar (Legono dkk, 2021). Berdasarkan kedua penelitian yang relevan terdahulu, persamaan pada penelitian yang akan dibuat yaitu menggunakan *website* sebagai media informasi dan perbedaan penelitian yang akan dibuat yaitu isi materi dan konten, gaya ilustrasi, dan cara penyampaian informasi yang akan digunakan pada perancangan ini.

Rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini dilihat dari latar belakang di atas adalah (1) Bagaimana ide/konsep perancangan desain *user interface website* Metanesia?, (2) Bagaimana proses perancangan desain *user interface website* Metanesia?, (3) Bagaimana hasil perancangan desain *user interface website* Metanesia?. Tujuan dari penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas adalah (1) Mendeskripsikan ide/konsep media informasi yang mudah diakses masyarakat, (2) Mendeskripsikan proses perancangan desain *website* Metanesia menggunakan metode *Design Thinking*, (3) Menghasilkan *website* Metanesia.

METODE PENELITIAN

Perancangan *user interface website* Metanesia merupakan hasil dari pengumpulan data - data dalam penelitian kualitatif ini.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data disini merupakan suatu usaha untuk memperoleh bahan keterangan serta kenyataan yang benar - benar nyata dan dapat dipertanggung jawabkan (Batubara, 2012).

Target pengguna segmen Demografis yaitu, pengguna berusia 12 – 44 tahun, baik laki – laki atau perempuan, dengan kelas ekonomi menengah, dan status pekerjaan sebagai pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Target pengguna segmen Geografis yaitu, pengguna yang tinggal di daerah urban (perkotaan) di Indonesia. Pemilihan daerah urban di Indonesia karena sudah mengikuti perkembangan teknologi baru dan banyak yang sudah terhubung dengan jaringan internet. Target pengguna segmen Psikografis yaitu, (1) Orang yang sudah memenuhi kebutuhan primer dan sekunder harian, mingguan, dan bulanan. (2) Orang yang ingin mempunyai pengalaman

berbelanja yang baru. (3) Orang yang mengikuti perkembangan trend dan teknologi masa kini.

Data primer didapatkan melalui wawancara dengan Luthfi Nurkholis selaku *Marketing Manager* Metanesia untuk mendapatkan data - data mengenai produk Metanesia dan data-data mengenai materi konten yang harus dipublikasikan pada *website* Metanesia.

Data sekunder didapatkan melalui studi literatur pada media *e-book* dan *e-journal* yang membahas tentang *user interface*, media informasi, elemen desain pada *website* dan *brand identity* produk. Hal tersebut dilakukan sebagai data untuk mendapatkan referensi mengenai elemen – elemen desain yang sesuai dengan target pengguna pada perancangan ini.

Metode Analisis Data

Analisis masalah berguna untuk mengetahui masalah yang dialami pengguna, yang kemudian diberikan solusi untuk membuat perancangan ini. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis *website* yang sejenis dengan perancangan ini. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan baik internal maupun eksternal harus dapat dijadikan masukan bagi perusahaan guna menentukan rencana strategis dalam menyusun sistem pemasaran yang relatif berdaya guna dan tepat guna (Putong, 2003). Dengan mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), analisis SWOT merencanakan strategi.

Metode Perancangan

Menurut Kelley dan Brown dari IDEO dalam (Lazuardi & Sukoco, 2019) pendekatan *Design Thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan ide, pendekatan *Design Thinking* menggabungkan tiga komponen yaitu bisnis (*viability*), orang (*desirability*) dan teknologi (*feasibility*). Penciptaan produk bisnis dan solusi efisien untuk masalah pengguna, *Design Thinking* menggabungkan kemampuan teknologi dengan meninjau kebutuhan pengguna.



Gambar 1. Alur *Design Thinking*
(Sumber: Balarama, 2023)

Metode ini juga menggabungkan kebutuhan pengguna, dengan kemampuan teknologi yang sesuai dan mampu menyelesaikan sebuah permasalahan saja, namun tetap mampu menjadi sesuatu yang dapat berhasil dalam sebuah bisnis (Lazuardi & Sukoco, 2019). Kelley dan Brown menyatakan produk yang sesuai dibuat melalui beberapa tahapan, yaitu:

1) *Empathize*

Permasalahan calon pengguna pada tahap ini, nantinya akan diberi solusi dengan pencarian informasi dan pemahaman empatik. Untuk mendapatkan wawasan dan kebutuhan pengguna tahap *Empathize* ini penting untuk dilakukan. Kuesioner *online* disebarakan pada tahap *observe* mengenai penggalian informasi soal media informasi dan teknologi *Metaverse*. Kemudian dilakukan dengan melakukan wawancara semi – terstruktur pada tahap *engage* dan *immerse*. Tahap ini sebagai acuan dasar pengembangan *website* kedepannya meliputi sekumpulan informasi yang akan diolah pada tahap selanjutnya. Analisis kompetitor dilakukan pada tahap ini sebagai tolak ukur perancangan yang akan dibuat.

2) *Define*

Berasal dari data – data sebelumnya yaitu pada tahap *Empathize*, pada tahap ini dilakukan analisis dan sintesis. Kumpulan ide dan informasi mengenai kebutuhan, keinginan, serta informasi mengenai produk digital yang serupa dan sudah berkembang sebagai pesaing atau kompetitor di dapatkan dari tahap sebelumnya. Setelah itu, informasi yang telah diterima diproses, dan akan dibuat pernyataan masalah. Pernyataan masalah merujuk kepada penentuan ide konsep dan model bisnis yang akan digunakan. Pernyataan masalah yang berasal dari informasi yang diolah melalui analisis dan sintesis, yang menghasilkan daftar masalah yang menjadi tolak ukur untuk mengembangkan konsep dan ide awal.

3) *Ideate*

Penetapan solusi dilakukan pada tahap ini berdasarkan pernyataan masalah yang telah ditemukan pada tahap *Define*. Peneliti melakukan evaluasi untuk menentukan solusi dari pernyataan masalah. Teknik *brainstorming* dilakukan pada

tahap ini. Ide dan konsep awal yang membentuk beberapa solusi didasarkan pada informasi yang dikumpulkan pada tahap sebelumnya (*Empathize* dan *Define*), merupakan *output* dari tahap *Ideate*.

4) *Prototype*

Pembuatan *prototype* sebagai bentuk visual pada tahap ini dilakukan untuk melakukan pemeriksaan terhadap solusi permasalahan. Dalam mendapatkan pandangan dari calon pengguna tentang perilaku dan interaksi dengan produk yang akan dikembangkan, pembuatan *prototype* akan memudahkan peneliti. Solusi yang ditetapkan pada tahap sebelumnya (*Ideate*) menjadi acuan dalam pembuatan *prototype* yang bertujuan untuk menunjukkan tampilan dan pengalaman pengguna terhadap produk yang dikembangkan. Produk yang telah dibuat pada tahap *Prototype* akan di validiasi kepada para ahli sebelum di uji cobakan kepada pengguna. 2 jenis validasi yang terdapat pada perancangan ini yaitu:

- Validasi Materi, yaitu pengujian materi dan konten yang termuat dalam perancangan kepada ahli materi.
- Validasi Media, yaitu pengujian elemen - elemen visual yang telah dirancang kepada ahli media di bidang desain *user interface*.

5) *Test*

Pengujian pengguna dilakukan dari *Prototype* yang sudah dibuat untuk menentukan seberapa efektif menyelesaikan masalah yang telah dianalisis. Pengujian dilakukan secara terbatas dengan jumlah sepuluh orang. Tahap ini akan didapatkan *feedback* oleh pengguna untuk melakukan perbaikan pada produk yang telah dirancang.

KERANGKA TEORITIK

Peran *User Interface* dalam Perancangan *Website*

Penggunaan *user interface* atau antarmuka aplikasi pada dasarnya untuk melakukan komunikasi antara manusia dengan mesin komputer. Proses pemahaman tertentu dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti software yang dapat kita ajak komunikasi (Subhiyanto, 2021). Desain *user interface* yang baik memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi atau *website* serta memberikan kesan nyaman dan mudah digunakan.

Menurut Galitz (2007) *User interface system* mempunyai 26 prinsip umum. Perancangan desain ini memakai 7 prinsip umum *user interface*, yaitu *consistency*, *control*, *clarity*,

responsiveness, *simplicity*, *familiarity*, dan *efficiency*. Suatu tampilan sistem harus benar – benar dirancang secara seksama, agar bisa mengakomodasi fungsi tertentu dengan sepenuhnya.

Pentingnya Layout Design dalam Perancangan *User Interface Website*

Dasar-dasar tata letak seperti pengukuran dan proporsi, adalah kerangka kerja untuk menciptakan desain grafis yang jelas dan bermakna dengan cara yang paling tepat dan efektif (Poulin, 2018). Tujuan pembuatan *layout* yaitu menampilkan materi kepada pengguna yang menyajikan berbagai elemen – elemen desain seperti teks, gambar, dan lain – lain. Menurut Kusnadi (2018) tata letak terdapat tiga bagian, yaitu kepala (*header*), tubuh (*body*), dan kaki (*footer*). Pembuatan *layout website* memiliki tujuan yaitu, membuat tampilan *website* lebih menarik, memastikan pesan dan informasi yang disampaikan pada halaman *website* tersampaikan dengan baik, memudahkan pengguna *website* melakukan *action* sesuai yang diharapkan, dan mengurangi kebingungan dalam proses perancangan *website*.

Layout website harus mencakup seluruh dari unsur – unsur dan prinsip desain pada *website* untuk menciptakan desain *user interface* yang baik. Tiap ukuran layar memiliki *layout grid* yang berbeda – beda, misalnya untuk layar komputer/laptop memakai 12 kolom 70px, sedangkan untuk layar *mobile* memakai 6 kolom 35px.

Penggunaan Ilustrasi Avatar dalam Website Metaverse

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari ilustrasi adalah pemikiran; ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar (Witabora, 2012). Dapat disimpulkan bahwa Ilustrasi *website* merupakan suatu gambaran yang terdiri dari unsur titik, garis, warna, bidang, bentuk dan unsur-unsur lainnya yang bertujuan untuk menjelaskan suatu informasi, gagasan, dan perasaan yang termuat pada suatu *website*.

Gambar visual yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah *bitmap*. Ilustrasi *bitmap* diterapkan sebagai representasi berbagai avatar dalam Metanesia. Avatar tersebut dibentuk dalam konstruksi 3D. Perancangan *website* ini juga

berencana untuk memakai produk ilustrasi *environment 3D* sebagai objek dan *background*.

Elemen Desain yang Sesuai dengan *Brand Identity* Produk

Elemen desain merupakan komponen – komponen yang membangun pondasi dalam sebuah perancangan desain. Menurut Putra (2021), elemen desain terdiri atas 6 macam yaitu, titik, garis, bidang, tekstur, ruang, dan warna.

Titik, titik merupakan elemen yang relatif kecil dan biasa ditampilkan dalam bentuk kelompok grafis.

Garis, garis yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah garis sambung dengan lekukan yang tegas. Lekukan tegas dipilih karena, lekukan tersebut membentuk bentuk *polygon* maupun *square*.

Bidang, bidang yang akan digunakan pada perancangan ini adalah *square*, *rectangular*, *circle* dan *hexagon*. Bentuk dibuat mengacu pada *brand identity* dan *shape* logo Metanesia itu sendiri sebagai *button*, *label*, dan *input*.

Tekstur, tekstur abstrak akan diterapkan pada *background* beberapa *section* yang *website* yang akan dirancang.

Ruang, Ruang pada elemen desain ditentukan dengan tujuan agar pengguna tidak merasa mudah lelah dengan beragam penuhnya informasi produk. Ruang juga bisa disebut *negative place*.

Warna, pemilihan warna yang akan diterapkan pada perancangan ini, terdiri dari kombinasi ketiga kelompok warna. Warna yang akan digunakan juga mengacu pada *Brand Identity* dari Metanesia itu sendiri, yaitu Ungu sebagai warna primer, Magenta sebagai warna sekunder, dan Oranye sebagai warna tersier.

Peran Tipografi dalam Website Informasi Produk

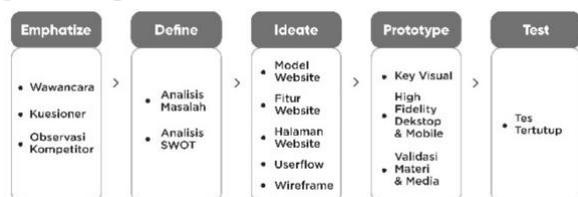
Tipografi merupakan pengetahuan mengenai bentuk dan peranan huruf yang memerlukan kedisiplinan seni (Sihombing, 2001). Tipografi bisa disebut juga seni merancang huruf. Tipografi juga sering digunakan pada beragam media, salah satunya media informasi. Tipografi tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi saja melainkan juga bisa berfungsi sebagai estetika. Menurut Patria & Kristiana (2022) fungsi tipografi dapat dibedakan menjadi empat, yaitu, fungsi informatif, ekspresif, simbol, dan estetika.

Penyesuaian tipografi terhadap target pengguna merupakan hal yang terlepas dalam proses perancangan media informasi berbasis *website*. Perancangan tipografi membutuhkan

penentuan jenis *font* yang akan digunakan. *font* yang akan digunakan yaitu *font sans serif*. *Font sans serif* digunakan karena *font* ini berkesan sederhana, modern, dan ramah terhadap pengguna. Pemilihan *font* ini disesuaikan dengan *brand identity* Metanesia itu sendiri. dari *brand identity* Metanesia dijelaskan bahwa *font Gilroy* digunakan sebagai *headline* setiap *section* nya dan *font Gotham* digunakan sebagai *bodycopy*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode *Design Thinking* akan digunakan pada perancangan ini berdasarkan dari tahapan proses pengumpulan data, analisis data, serta perancangan.



Gambar 2. Alur *Design Thinking* Metanesia (Sumber: Balarama, 2023)

Berikut adalah paparan perancangan *user interface website* Metanesia dengan menggunakan metode *Design Thinking*:

1. *Emphatize*

Pengumpulan data primer dilakukan pada tahap ini dengan melakukan wawancara kepada narasumber terkait produk Metanesia. Hasil dari wawancara tersebut didapatkan jawaban berupa produk dan bisnis Metanesia sudah mulai jalan sehingga perlu diadakan publikasi informasi secara detail dengan berbagai *platform* media informasi diantaranya adalah pembuatan *website*.

Setelah itu dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner diperoleh 29 responden dengan 86% perilaku responden terhadap pencarian informasi pada internet. 86% responden lebih suka mencari informasi pada internet, sedangkan 14% lebih suka konvensional. 72% responden pernah mendengar istilah Metaverse. 52% responden kurang tahu mengenai Metanesia. 76% responden ingin tahu mengenai produk, fitur, teknologi, *platform devices* Metanesia. Kesimpulan yang didapatkan dari hasil kuesioner diatas adalah perilaku responden lebih suka mencari informasi melalui internet dan tingginya rasa ingin tahu terhadap dunia Metaverse.

Kesimpulan yang diambil dari observasi dan kajian pustaka adalah selama terhubung dengan internet, *website* merupakan cara yang berguna dan mudah bagi setiap orang untuk mendapatkan

informasi. Target dari perancangan ini adalah ke semua kalangan orang yang ingin tahu mengenai informasi Metanesia serta edukasi dalam Metaverse. *Website* Metaverse merupakan jenis *website* yang menginformasikan suatu produk secara detail. Produk dan fitur – fitur merupakan hal yang wajib ditampilkan pada *website* Metaverse.

Analisis *website* sejenis dengan perancangan ini dilakukan untuk dijadikan tolak ukur perancangan *website* agar lebih baik lagi. Analisis ini dilakukan dengan cara observasi ke *website* produk Metaverse sejenis yaitu Decentraland. Pemilihan *website* produk Decentraland mengacu pada jenis produk yang sama yaitu Metaverse.

2. *Define*

Pada proses *define* dilakukan analisis menggunakan metode SWOT ke *website* sejenis yaitu *website* Decentraland sebagai *website* produk Metaverse. Data yang diambil melalui observasi *website* sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Media informasi online berbasis *website* yang mudah diakses pengguna setiap waktu dan beragam variasi fitur dari produk Metaverse.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Website tersebut hanya memberikan informasi seputar produk yang mereka punya tanpa memberi wawasan baru mengenai Metaverse secara utuh.

3. Peluang (*Opportunities*)

Belum ada edukasi mengenai teknologi Metaverse pada *website* tersebut dan munculnya tren istilah Metaverse di dunia.

4. Ancaman (*Threats*)

Pemahaman masyarakat mengenai Metaverse yang kurang, sehingga menyebabkan masyarakat jarang mengakses produk Metaverse.

Tabel 1. Matriks SWOT

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
IFAS	Media informasi online berbasis <i>website</i> yang mudah diakses pengguna setiap waktu dan beragam variasi fitur dari produk Metaverse.	<i>Website</i> tersebut hanya memberikan informasi seputar produk yang mereka punya tanpa memberi wawasan baru mengenai Metaverse secara utuh.
	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi WO
EFAS	Belum ada edukasi mengenai teknologi Metaverse pada <i>website</i> tersebut dan munculnya trend istilah Metaverse di dunia.	Waktu sedang tren Metaverse, <i>website</i> tersebut hanya memberikan seputar informasi mengenai produk mereka tanpa adanya edukasi mengenai teknologi Metaverse.
	Strategi SO	Strategi WO
	Menggunakan <i>website</i> sebagai media informasi dan edukasi mengenai teknologi Metaverse dan beragam variasi fitur produk Metanesia di tengah maraknya tren istilah Metaverse.	Waktu sedang tren Metaverse, <i>website</i> tersebut hanya memberikan seputar informasi mengenai produk mereka tanpa adanya edukasi mengenai teknologi Metaverse.

Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
Pemahaman masyarakat mengenai Metaverse yang kurang, sehingga menyebabkan masyarakat jarang mengakses produk Metaverse.	Informasi mengenai Metaverse pada masyarakat harusnya bisa diinformasikan pada jejaring internet seperti <i>website</i> yang mudah diakses pengguna kapan aja dan dimana aja.	Wawasan mengenai Metaverse secara garis besar tidak dijelaskan dalam <i>website</i> , sehingga pengguna merasa kebingungan esensi dari Metaverse yang mengakibatkan jarang pengguna mengakses produk Metaverse.

Kesimpulan dari Matriks SWOT diatas adalah *website* produk Metaverse sejenis sudah menjelaskan mengenai informasi dari produk mereka, namun kurangnya penjelasan secara garis besar mengenai Metaverse yang mengakibatkan pengguna produk tersebut kurang paham. Sehingga informasi mengenai beragam variasi fitur Metanesia dan edukasi mengenai teknologi Metaverse secara garis besar akan diuraikan pada perancangan ini.



Gambar 3. Hasil Analisis Masalah dan SWOT (Sumber: Balarama, 2023)

Data yang sudah diperoleh dari proses *Emphatize* baik dari proses wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur, kemudian di analisis permasalahannya dan dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi dan edukasi masyarakat mengenai Metaverse.
2. Masyarakat membutuhkan media informasi yang dapat menginformasikan serta mengedukasi mengenai teknologi Metaverse.
3. Metanesia membutuhkan media untuk mengkomunikasikan produk mereka kepada publik.
4. Metanesia membutuhkan *platform* yang digunakan untuk menjual produk dan berbisnis.
5. Perlu adanya edukasi mengenai informasi secara luas serta teknologi Metaverse pada *website* produk Metaverse.

3. Ideate

Permasalahan dan kesimpulan yang sudah diketahui pada tahap sebelumnya, peneliti mulai mengeksplor ide – ide dan solusi. Pada tahap ini akan ditetapkan mengenai fitur *website*, model *website*, halaman *website*, *userflow*, dan *wireframe*.

Model Website

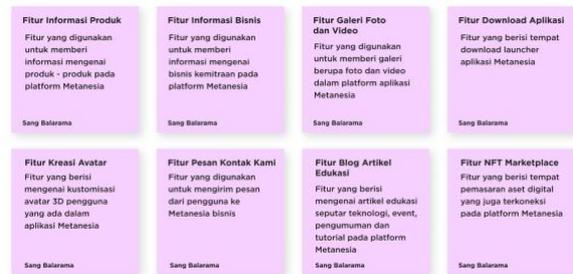


Gambar 4. Model Website Metanesia (Sumber: Balarama, 2023)

Setelah ditetapkan solusi awal dari tahap sebelumnya ditentukan model *website* dari Metanesia sebagai berikut:

1. Model Penyajian Informasi, model penyajian informasi mengenai produk – produk dan bisnis kemitraan pada platform Metanesia.
2. Model Penyajian Edukasi, model penyajian edukasi mengenai teknologi Metaverse.
3. Model Fitur Produk, model fitur produk yang menampilkan secara langsung fitur – fitur produk yang ada di dalam aplikasi Metanesia.
4. Pemilihan Bahasa *friendly*, pemilihan Bahasa *friendly* yang terkesan lebih akrab, tidak terlihat terlalu kaku, dan sesuai dengan target pengguna Metanesia.

Fitur Website



Gambar 5. Fitur Website Metanesia (Sumber: Balarama, 2023)

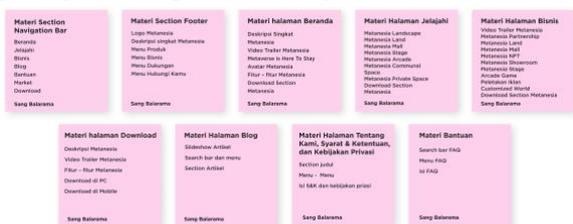
Sesudah ditetapkan model *website* yang akan dirancang, Langkah selanjutnya yaitu menentukan fitur – fitur pada *website*. Berikut fitur – fitur pada perancangan *website*:

1. Fitur Informasi Produk, fitur yang digunakan untuk menyediakan informasi produk Metanesia
2. Fitur Informasi Bisnis, fitur Metanesia yang memberikan informasi tentang bisnis kemitraan.
3. Fitur Galeri Foto dan Video, fitur yang berisi galeri berupa foto dan video dalam aplikasi Metanesia.
4. Fitur *Download* Aplikasi, fitur yang berisi tempat *download launcher* aplikasi Metanesia.
5. Fitur Kreasi Avatar, fitur yang berisi kustomisasi avatar 3D pengguna.

6. Fitur Kontak Kami, fitur yang digunakan untuk mengirim pesan dari pengguna ke Metanesia bisnis.
7. Fitur Blog, fitur yang berisi mengenai artikel edukasi seputar teknologi, acara, pengumuman dan *tutorial* pada Metanesia.
8. Fitur NFT *Marketplace*, fitur yang berisi tempat pemasaran aset digital yang juga terkoneksi pada Metanesia.

Halaman Website

Setelah ditentukan model *website* dan fitur *website*, maka kemudian selanjutnya akan ditentukan halaman *website*. Halaman *website* merupakan isi materi asli yang akan diterapkan pada perancangan sebenarnya.

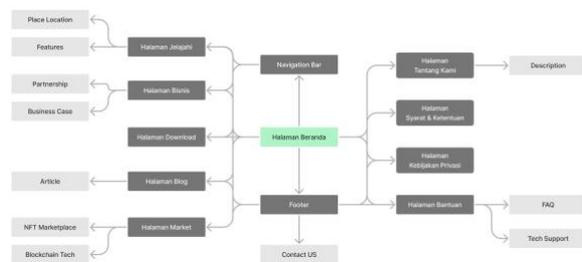


Gambar 6. Halaman Website Metanesia (Sumber: Balarama, 2023)

Isi materi pada halaman *website* ditentukan melalui wawancara terhadap narasumber dan pengembangan dari tahap penentuan fitur *website*. Halaman – halaman *website* yang sudah ditetapkan berjumlah 2 *section* dan 7 halaman, yaitu: (1) *Section Navigation Bar*, (2) *Section Footer*, (3) Halaman Beranda, (4) Halaman Jelajahi, (5) Halaman Bisnis, (6) Halaman *Download*, (7) Halaman Blog, (8) Halaman Tentang kami, Syarat & Ketentuan, dan Kebijakan Privasi, dan (9) Halaman Bantuan.

Userflow

Userflow adalah rangkaian alur pengguna ketika mengoperasikan suatu sistem untuk menyelesaikan tugas dengan tujuan tertentu.



Gambar 7. Userflow Website Metanesia (Sumber: Balarama, 2023)

1. Saat pengguna *search domain website* Metanesia, pengguna pertama kali akan diarahkan ke halaman beranda.
2. Pada halaman beranda pengguna bisa *scroll* kebawah untuk mendapatkan informasi mengenai produk, avatar, fitur – fitur, dan lain – lain.
3. Pada halaman beranda pengguna juga bisa memilih beberapa menu pada *navigation bar*, diantaranya: beranda, jelajahi, bisnis, blog, bantuan, dan *download*. Pengguna juga bisa mengakses menu – menu pada *footer* untuk lebih detail.
4. Ketika pengguna memilih menu jelajahi, pengguna dapat melihat produk – produk yang ada di Metanesia. Mulai dari sebuah peta yang menampilkan lokasi produk – produk tersebut sampai penjelasan detail mengenai produk – produk pada Metanesia.
5. Jika pengguna memilih menu bisnis pengguna dapat melihat kemitraan Metanesia, fitur Metanesia, dan produk Metanesia. Halaman kontak kami juga tersedia pada halaman bisnis, jika tertarik mengenai kemitraan pengguna dapat menghubungi melalui halaman kontak kami.
6. Saat pengguna memilih menu *download*, maka pengguna dapat melihat video produk, fitur produk, *download* aplikasi, dan panduan *download* dan *install* pada halaman ini.
7. Jika pengguna memilih menu blog, pengguna diarahkan pada artikel – artikel Metanesia yang membahas produk Metanesia ataupun edukasi mengenai Metaverse dalam bentuk tulisan.
8. Saat pengguna memilih menu Tentang kami, Syarat & Ketentuan, dan Kebijakan Privasi, pengguna akan diberi informasi mengenai produk, persyaratan, aturan, dan kebijakan privasi Metanesia.
9. Apabila pengguna memilih menu Bantuan, pengguna bisa melihat berbagai pertanyaan umum yang sering ditanyakan mengenai Metanesia (FAQ). Pada halaman bantuan pertanyaan – pertanyaan di kategorikan masing – masing jenis.

Wireframe

Setelah materi konten dan *Userflow* ditetapkan pada tahap sebelumnya, peneliti mulai menerapkan ide – ide ke dalam bentuk *wireframe*. Pembuatan *wireframe* menjadi dasar dan acuan untuk membuat desain *high fidelity* yang sudah terisi materi dan konten. Berikut *wireframe* yang telah peneliti rancang:



Gambar 8. *Wireframe Website* Metanesia
(Sumber: Balarama, 2023)

4. *Prototype*

Perancangan visualisasi desain *user interface high fidelity* dilakukan pada tahap *prototyping* yang mengacu dari hasil ide dari tahap sebelumnya.

Tipografi

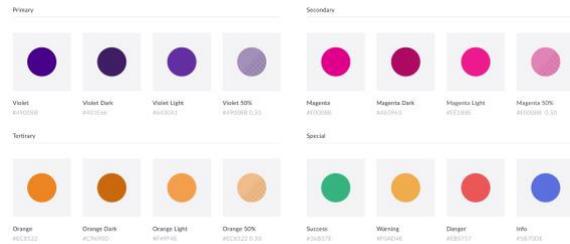
Text style	Size	Weight	Line height	Letter spacing
H 1	120 px	500	Auto	-1.5 px
H 2	90 px	500	Auto	-0.5 px
H 3	32 px	600	Auto	0 px
H 4	24 px	600	Auto	0.25 px
B 1	20 px	600	Auto	0.5 px
B 2	15 px	600	Auto	0 px
B 3	12 px	600	Auto	0 px
B 4	10 px	600	Auto	0 px

Gambar 9. *Text Style* Metanesia
(Sumber: Balarama, 2023)

Dua *font* yang digunakan dalam perancangan ini, yaitu *font* Gilroy dan *font* Gotham. Kedua *font* ini memiliki *typeface* dan *format* yang sama yaitu berjenis sans serif dan berformat TFF dan OTF. *Font* Gilroy di desain oleh Radomir Tinkov. Gilroy merupakan *font* sans serif modern dengan sentuhan geometris. Gilroy digunakan sebagai *headline* dalam *website* Metanesia. *Font* Gotham di desain oleh Tobias Frere-Jones Gotham. Gotham juga merupakan *font* sans serif dengan sentuhan geometris. Bentuk huruf Gotham terinspirasi oleh contoh papan nama arsitektur pada pertengahan abad ke-20. Gotham digunakan sebagai *bodycopy* dalam *website* Metanesia.

Pada perancangan ini terdapat delapan jenis ukuran *font*. Pada *headline* menggunakan empat ukuran *font*, yaitu *Small* 24px, *Medium* 32px, *Large* 50px, *Extra Large* 120px. Pada jenis *bodycopy* terdapat empat ukuran *font*, yaitu *Small* 10px, *Medium* 12px, *Large* 15px, *Extra Large* 20px.

Warna



Gambar 10. *Color Style* Metanesia
(Sumber: Balarama, 2023)

Brand Identity Metanesia direferensikan dalam penetapan warna yang digunakan dalam perancangan ini. Ungu sebagai warna primer, Magenta sebagai warna sekunder, dan Oranye sebagai warna tersier dalam *brand identity* Metanesia. Selain itu, perancangan ini menggunakan warna netral untuk sejumlah elemen tipografi. Warna *signal* juga digunakan pada perancangan ini. Instruksi *success* ditampilkan dalam warna hijau, instruksi *warning* ditampilkan dengan warna kuning, instruksi yang *failed* ditampilkan dengan warna merah, dan instruksi *information* ditampilkan dengan warna biru.

Key Visual

Setelah ditetapkan warna dan tipografi tersebut, maka langkah selanjutnya adalah penetapan *key visual* yang akan diterapkan pada perancangan ini.



Gambar 11. *Key Visual* Metanesia
(Sumber: Balarama, 2023)

Key visual Metanesia menggunakan gaya *Grunge Pop*. Penggunaan gaya *Grunge Pop* dianggap lebih sesuai dengan target pengguna produk Metanesia dan lebih berkesan *playful*, *creativity*, dan *stylish*.

High Fidelity Design Dekstop

Wireframe, *key visual*, *text style*, dan *font style* yang sudah ditetapkan pada tahap sebelumnya, kemudian akan visualisasikan menjadi *high fidelity design*. Pada tahap *high fidelity design* tetap mengacu pada 7 prinsip dasar desain *user interface* dan 3 bagian *layout website*.

1) *Navigation Bar*

Pada *navigation bar* terdiri dari logo dan beberapa komponen menu halaman, yaitu halaman beranda, jelajahi, bisnis, blog, bantuan, *market*, dan *download*. Pada *section navigation bar* sudah memenuhi bagian *layout* dalam *website* yaitu sebagai *header*.



Gambar 12. Navigation Bar
(Sumber: Balarama, 2023)

2) *Footer Website*

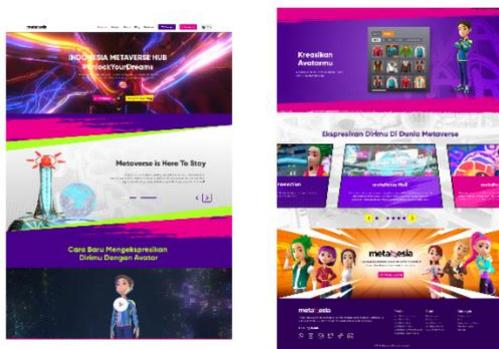
Footer pada perancangan ini terdiri dari logo Metanesia, deskripsi singkat Metanesia, menu produk, menu bisnis, menu dukungan, dan menu hubungi kami yang terkoneksi dengan media sosial Metanesia. Pada *section footer* telah memenuhi bagian *layout* dalam *website* yaitu sebagai *footer*.



Gambar 13. Footer Website
(Sumber: Balarama, 2023)

3) *Halaman Beranda*

Halaman beranda yang menjelaskan mengenai deskripsi dan fitur – fitur pada Metanesia. Halaman beranda terdiri dari lima *section* yaitu, *section* deskripsi, *section* informasi, *section* video avatar, *section* kustomisasi avatar, *section* fitur – fitur Metanesia, dan *section* *download*. Halaman beranda digunakan sebagai *landing page*. Pada halaman beranda telah memenuhi bagian *layout* dalam *website* yaitu sebagai *body*.



Gambar 14. Halaman Beranda
(Sumber: Balarama, 2023)

Pada *section* deskripsi berisi mengenai *tagline* dan deskripsi Metanesia dan video produk Metanesia. *Section* informasi berisi mengenai informasi secara umum tentang Metaverse. *Section* video avatar dan kustomisasi avatar menjelaskan bahwa pengguna dapat mengkustom avatar 3D. *Section* *download* berisi kalimat *call to action* untuk *download* Metanesia. Prinsip *user interface consistency* bisa terlihat pada tipografi, warna, ilustrasi, dan grafis dengan *style* yang sama dan konsisten.

4) *Halaman Jelajahi*



Gambar 15. Halaman Jelajahi
(Sumber: Balarama, 2023)

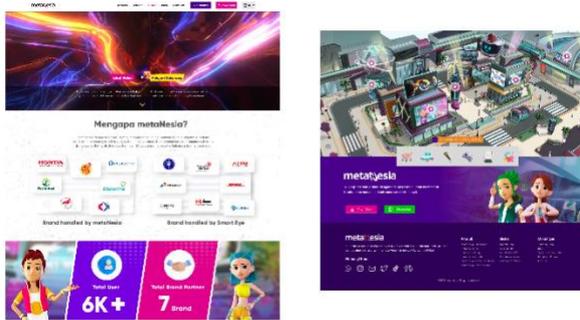
Pada halaman jelajahi pengguna dapat melihat beberapa macam produk dari Metanesia. Pada halaman jelajahi terdapat tiga *section*, yaitu *section* deskripsi, *section* peta Metanesia, dan *section* *download*. Pada *section* peta Metanesia, menginformasikan tata letak produk – produk dari Metanesia. Konsep *dropdown* digunakan pada perancangan ini. Pengguna bisa mengakses secara detail dengan cara berinteraksi pada tombol di setiap produk dalam peta Metanesia, kemudian *dropdown* kebawah muncul dan pengguna dapat melihat mengenai deskripsi dan galeri produk – produk di Metanesia.



Gambar 16. Halaman Jelajahi Produk
(Sumber: Balarama, 2023)

Produk – produk yang di informasikan pada pengguna, yaitu produk Metanesia Mall, Metanesia Stage, Metanesia Arcade, Metanesia Communal Space, dan Metanesia Personal Space. Prinsip *user interface control* diterapkan pada titik di peta produk, jika pengguna *hover*, maka akan keluar kotak informasi, jika pengguna melepas *hover*, maka kotak informasi akan otomatis menghilang.

5) Halaman Bisnis



Gambar 17. Halaman Bisnis (Sumber: Balarama, 2023)

Pembuatan halaman bisnis disini bertujuan untuk kegiatan B2B kemitraan Metanesia terhadap brand luar. Pada halaman bisnis Metanesia terdapat lima *section* yaitu, *section* deskripsi, *section* mitra, *section* total pengguna dan mitra, *section* peta Metanesia, dan *section* deck bisnis.

Pada halaman bisnis konsep *dropdown* juga diterapkan. Pengguna bisa berinteraksi pada *section* peta Metanesia dan bisa melihat beragam bisnis model Metanesia.

Halaman bisnis memberikan informasi mengenai video bisnis Metanesia, deskripsi produk bisnis, mitra yang telah hadir di Metanesia, fitur – fitur Metanesia, dan peluang bisnis bersama Metanesia. Prinsip *user interface clarity* terletak pada kejelasan dari elemen visual *section* kemitraan, fungsional *dropdown* menu, dan teks deskripsi tiap produk bisnis Metanesia.

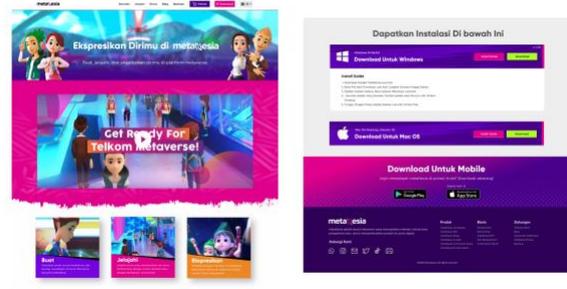


Gambar 18. Halaman Kontak Kami (Sumber: Balarama, 2023)

Gambar diatas merupakan halaman kontak kami. Halaman kontak kami dibuat bertujuan untuk kirim pesan dari pengguna maupun mitra yang ingin menjalani kemitraan dengan Metanesia.

6) Halaman *Download*

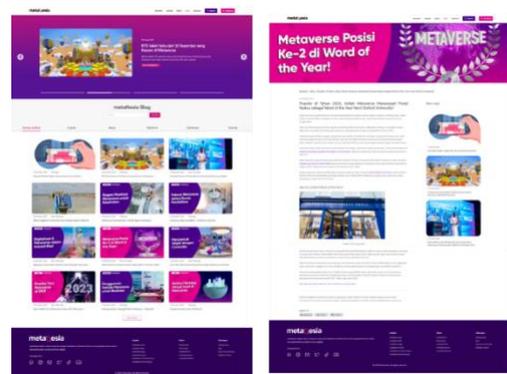
Halaman *Download* berisi mengenai deskripsi Metanesia, Fitur – fitur Metanesia, dan *launcher* aplikasi Metanesia. Halaman *Download* memuat empat *section* yaitu *section* deskripsi, *section* fitur – fitur, *section* *download launcher* versi *desktop*, dan *section* *download* versi *mobile*. Halaman ini terdapat tombol yang terletak pada *navigation bar* dan pada *section* *download* di beranda. Prinsip desain *user interface responsiveness* diterapkan dengan membuat *layout device* untuk *desktop* dan *mobile* sehingga tampilan tiap *device* sama.



Gambar 19. Halaman *Download* (Sumber: Balarama, 2023)

7) Halaman Blog

Halaman ini berisi tentang artikel – artikel dari Metanesia. Artikel – artikel tersebut berisi mengenai pengumuman, pembaruan, platform, event, dan tutorial dari Metanesia. Berita – berita terbaru juga akan terbit pada halaman blog ini.



Gambar 20. Halaman Blog (Sumber: Balarama, 2023)

Halaman blog terdiri dari 3 *section* yaitu, *section* pencarian, *section* daftar artikel, dan *section* footer. Pada *section* pencarian berisi tentang ikon *search* yang digunakan untuk mencari artikel. Pada *section* daftar artikel berisi mengenai isi dari artikel – artikel yang sudah di terbitkan. *Section* footer berisi tentang halaman daftar artikel dan ikon sosial media. Prinsip desain *user interface simplicity* diterapkan pada kolom pencarian dan daftar artikel secara singkat, padat, dan jelas, sehingga dapat bekerja sesuai tujuannya.

8) Halaman Tentang Kami, Syarat & Ketentuan, dan Kebijakan Privasi



Gambar 21. Halaman Tentang Kami (Sumber: Balarama, 2023)

Halaman tentang kami berisi mengenai deskripsi dari Metanesia. Halaman tentang kami berisi satu *section* yang memuat avatar dan *environment* 3D yang mewakili Metanesia.



Gambar 22. Halaman Syarat & Ketentuan dan Kebijakan Privasi (Sumber: Balarama, 2023)

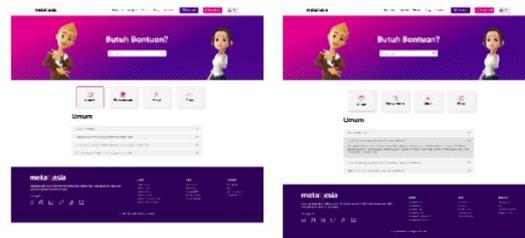
Halaman syarat & ketentuan berisi mengenai syarat – syarat menggunakan layanan dari Metanesia dan ketentuan peraturan yang telah ditetapkan oleh Metanesia. Halaman ini berisi dua *section*, yaitu *section* judul dan *section* isi.

Halaman ini menerapkan konsep *dropdown* untuk informasi lebih detailnya.

Halaman kebijakan privasi berisi mengenai kebijakan – kebijakan telah ditetapkan Metanesia. Halaman kebijakan privasi terdapat dua *section*, yaitu *section* judul dan *section* isi. Konsep *dropdown* juga diterapkan pada halaman ini. Prinsip *user interface familiarity* diterapkan pada konsep *dropdown list* yang sudah banyak dipakai pada seluruh *website* dan terlihat familiar pada pengguna.

9) Halaman Bantuan

Halaman bantuan berisi mengenai seputar pertanyaan – pertanyaan yang sering ditanyakan oleh pengguna saat mengakses layanan Metanesia. Pertanyaan – pertanyaan tersebut dipecah menjadi empat jenis pada halaman bantuan ini. Keempat jenis pertanyaan tersebut yaitu, pertanyaan umum, pertanyaan persyaratan, pertanyaan akun, dan pertanyaan mitra.



Gambar 23. Halaman Bantuan (Sumber: Balarama, 2023)

Halaman bantuan terdapat tiga *section*, yaitu *section* pencarian, *section* menu, dan *section* isi. Halaman ini juga menerapkan konsep *dropdown* untuk melihat jawaban secara detail pada pertanyaan sebelumnya. Prinsip desain *user interface efficiency* diterapkan pada adanya label *search*, dan menu *button* sesuai dengan jenis bantuan yang memudahkan gerakan alur mata pengguna dalam bernavigasi pada *website* sesuai tujuan mereka.

High Fidelity Design Mobile

High fidelity mobile dibuat dengan tujuan agar bisa diterapkan pada *platform mobile*. Pembuatan desain *high fidelity mobile* dibuat setelah *high fidelity desktop* telah dirancang. *Journey* pengguna berbeda pada setiap platform. Pada platform *desktop* mereka menggunakan kursor sebagai navigasi, sedangkan pada platform *mobile* menggunakan jari mereka untuk navigasi pada *website*. Oleh karena itu, dibutuhkan penyesuaian pada desain mengikuti *journey* dari pengguna *mobile*.



Gambar 24. *High Fidelity Design Mobile*
(Sumber: Balarama, 2023)

Penyesuaian pada bar navigasi dan *footer website* juga dilakukan dan disesuaikan menurut pengalaman pengguna. Penyesuaian pada halaman beranda antara lain, *section* deskripsi, *section* informasi, *section* kustomisasi avatar, dan *section* download. Peletakan desain juga disesuaikan pada halaman jelajahi. Penyesuaian tersebut yaitu, *section* deskripsi, *section* deskripsi produk, *section* galeri, dan *section* download. Penyesuaian juga dilakukan pada halaman bisnis yang terdapat pada, *section* deskripsi, *section* mitra, *section* total pengguna dan mitra, dan *section* download. Pada halaman blog juga disesuaikan desain versi *mobile* yaitu, *section* slideshow, *section* menu, dan *section* artikel. Penyesuaian lain juga dilakukan pada halaman bantuan. Penyesuaian desain antara lain, *section* pencarian dan *section* menu. Penerapan unsur *sidebar menu* pada *layout website* terletak pada *navigation bar* sebagai menu yang mempunyai ikon tiga garis horizontal.

Validasi Produk

Sebelum dilakukan *testing* kepada target pengguna, peneliti melakukan validasi materi dan validasi media terlebih dahulu. Validasi materi yang dilakukan oleh Lutfhi Nurkholis selaku *Marketing Manager* Metanesia, dengan hasil kesesuaian materi baik (4,5), penyajian materi baik (4), dan kejelasan materi baik (4). Validasi media juga dilakukan oleh Ghifari Dwiputra selaku *UI/UX Designer* Metanesia dan diperoleh hasil yaitu, kejelasan informasi sangat baik (5), aspek visual sangat baik (5), fungsionalitas baik (4), dan kemudahan pengguna baik (4).

Kesimpulan dari validasi yang telah dilakukan yaitu, isi materi dan konten sudah cukup baik dan media visual sudah cukup baik.

5. Test

Pengujian dilakukan untuk melihat dan meninjau kejelasan serta kelayakan informasi yang disampaikan terhadap target pengguna.

Pengujian dilakukan oleh 10 responden dengan menggunakan desain *website* yang sudah dibuat dari tahap sebelumnya. Penilaian responden terdiri dari empat aspek, meliputi: Identifikasi (aspek visual), Aksesibilitas (kemudahan pengguna), Fitur (kesesuaian dan kelengkapan materi), dan Kelayakan (kejelasan informasi). Responden memberikan skala penilaian 1 – 5 pada tiap aspek.

Tabel 2. Hasil Tahap *Testing*

Responden	I	A	F	K
A	4,5	4,5	4	3,5
B	4,5	3,5	4,5	4,5
C	4	4,5	4,5	4,5
D	4	4	4,5	4
E	4,5	3,5	4,5	5
F	3,5	5	4	5
G	4,5	3,5	4,5	4,5
H	4,5	5	4,5	3,5
I	5	3,5	4,5	4
J	5	3,5	4	4,5
Rata - rata	4,4	4,05	4,35	4,3

Keterangan: I=Identifikasi; A=Aksesibilitas; F=Fitur; K=Kelayakan ; 1=Sangat Kurang; 2=Kurang; 3=Cukup; 4=Baik; 5=Sangat Baik

Penilaian oleh responden dari tiap aspek, kemudian dihasilkan nilai rata – rata pada tahap *testing*, maka dapat dipastikan bahwa desain *user interface* ini sudah memiliki tingkat Identifikasi yang baik (4,4), Aksesibilitas yang baik (4,05), Fitur yang baik (4,35), Kelayakan yang baik (4,3). Kesimpulan dari hasil *test* yang telah dilakukan oleh peneliti menurut skala penilaian bahwa, *website* Metanesia sudah informatif dan komunikatif. Hasil dari perancangan ini bisa diakses melalui link dibawah ini

<https://bit.ly/metaNesiaWeb>

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dirancang untuk memberikan informasi mengenai produk Metanesia serta edukasi tentang Metaverse. Perancangan ini mencakup informasi mengenai produk, fitur, dan bisnis pada Metanesia.

Perancangan ini menggunakan pendekatan *design thinking* oleh Kelly dan Brown. Metode *design thinking* dimulai dari tahap *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Validasi materi dan validasi media dilakukan pada tahap *Prototype* sebelum dilakukan pengujian terhadap target pengguna. Visualisasi yang dihasilkan dari perancangan ini adalah sebuah *high fidelity design* dengan format ukuran layar 1512 x 982 px untuk

versi *desktop* dan 390 x 844 px untuk versi *mobile* dengan total 32 halaman *desktop* dan *mobile*. Aplikasi Figma digunakan untuk merancang *high fidelity design* ini. Perancangan ini sudah mengikuti tujuh prinsip *user interface*. Hasil dari *test* yang telah dilakukan bahwa, perancangan *website* ini sudah informatif dan komunikatif.

Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan rekomendasi bagi khalayak mengenai media informasi dan edukasi berbasis *website* serta perancangan *user interface website*. Saran dari perancangan ini adalah membutuhkan riset lebih mendalam untuk mengetahui permasalahan pengguna secara luas, serta perlu adanya pengembangan isi materi sesuai dengan konteks.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi 2021*. Jakarta: BPS RI
- Batubara, F. A. (2012). Perancangan Website Pada PT. Ratu Enim Palembang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Terapan" Reintek"(Rekayasa Inovasi Teknologi)*, 7(1).
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- Galitz, W. O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Jerman: Wiley.
- Indarta, Y., Ambiyar, Samala, A.D., Wathrianthos, R. (2022) "Metaverse: Tantangan dan Peluang dalam Pendidikan". *Jurnal Basicedu*, 6(3), 3351 – 3363.
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher
- Lazuardi, M, Lutfhi. Sukoco, Iwan. (2019). "Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek". *Jurnal Sainifik Manajemen dan Akuntansi*, 2 (1), 1-11.
- Legono, Y.C., Sanjaya, M.A., Pranayama, A., Sutanto, R.P. (2021). "Perancangan Website Animasi Untuk Pembelajaran Matematika Anak Kelas Enam Sekolah Dasar". *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), 1-14.
- Newzoo. (2022). Deep Dive: Early Metaverse Players – Data on Demographics, Socializing, Playing, & Spending. Diakses pada 25 Juli 2022 dari <https://newzoo.com/insights/articles/deep-dive-metaverse-gamers-data-on-metaverse-demographics-socializing-playing-spending-2>
- Patria, A.S., Kristiana N. (2022). *Tipografi*. Klaten: Penerbit Lakeisha
- Poulin, R. (2018). *Design School: Layout: A Practical Guide for Students and Designers*. Amerika Serikat: Rockport Publishers.
- Putong, I. (2003). Teknik pemanfaatan analisis SWOT tanpa skala industri (A-SWOT-TSI). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(8), 65-71.
- Putra, R.W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Statista. (2022). *Metaverse Acceleration Due To COVID-19 According To Businesses Worldwide 2022*. Diakses pada 25 Juli 2022 dari <https://www.statista.com/statistics/1302264/metaverse-acceleration-due-to-covid-19/>
- Subhiyakto, E. R., Astuti, Y. P., & Umaroh, L. (2021). Perancangan User Interface Aplikasi Pemodelan Perangkat Lunak Menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*. 1(1), 145-154.
- Wibowo, M.R., Setiaji, H. (2021). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking*. *Jurnal Automata*. 1 (2), 1-5.
- Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659-667.