

DAFTAR ISI

COVER	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN.....	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK.....	V
<i>ABSTRACT</i>	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
Daftar Lampiran.....	XIV
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data	4
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II <u>L</u> ANDASAN TEORI.....	9
2.1 <i>Website</i>	9
2.2 <i>E-commerce</i>	11
2.2.1. Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	11
2.2.2. Manfaat <i>e-commerce</i>	12
2.3. User Interface (UI).....	13
2.4. User Flow	15
2.5 Arsitektur Informasi.....	16
2.6 Wireframe	17
2.7 Desain Komunikasi Visual	17
2.8 User-Centered Design (UCD).....	21
2.8.1 Proses-Proses UCD	23
2.9 Figma	24

2.10	<i>Design Thinking</i>	24
2.11	<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>	26
2.12	Business Model Canvas	26
2.12	Kerangka Teori	27
2.13	Asumsi	28
BAB III DATA DAN ANALISIS		29
3.1	Data	29
3.1.1	Data Pemberi Proyek	29
3.1.2	Produk Yang Digarap	30
3.1.3	Observasi	32
3.1.4	Wawancara	36
3.1.5	Kuesioner	40
3.1.6	Konsumen/User	46
3.1.7	Studi Pustaka	46
3.2	Analisis Data	47
3.2.1	Analisis Pesaing	47
3.2.2	Analisis Hasil Observasi	54
3.2.3	Analisis Hasil Wawancara	54
3.2.4	Analisis Hasil Kuesioner	55
3.2.5	Analisis Perbandingan <i>Website</i> Sejenis	56
3.2.6	Analisis SWOT	57
3.2.7	Analisis BMC	59
3.3	Matriks Penarikan Kesimpulan	60
BAB IV PROSES PERANCANGAN		62
4.1	Metode Perancangan	62
4.1.1	Konsep Pesan (<i>Big Idea</i>)	62
4.1.2	Konsep Kreatif	62
4.2	Konsep Visual	63
4.2.1	Moodboard	63
4.2.2	Tipografi	64
4.2.3	Warna	64
4.2.4	Ikon	65
4.2.5	Aset Visual	66

4.2.6 Sitemap	67
4.2.7 User Flow	68
4.2.8 Wireframe	68
4.3 Konsep Bisnis	79
4.4 Hasil Perancangan.....	80
BAB V_PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran.....	98