

Perancangan UI/UX Website “Tokulink” Sebagai E-Commerce Penyedia Model Kit dan Action Figure

Dhafin Adhinugroho¹, Dicky Hidayat² dan Ananda Risya Triani³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No.1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257

[¹dhaffadhi@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:dhaffadhi@student.telkomuniversity.ac.id), [²dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id](mailto:dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id),

[³anandarisyatiriani@telkomuniversity.ac.id](mailto:anandarisyatiriani@telkomuniversity.ac.id)



Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya minat terhadap Tokusatsu dan Anime di Indonesia yang belum terfasilitasi oleh platform e-commerce khusus dan terpercaya. Konsumen sering mengalami masalah dengan keaslian produk, pelayanan, dan UI/UX yang buruk. Tujuan penelitian ini adalah membuat prototipe website e-commerce Tokulink yang berfokus pada pengalaman pengguna (UI/UX) terbaik untuk penggemar Tokusatsu dan Gundam. Untuk penelitian ini, pendekatan Human Centered Design dan Design Thinking digunakan; data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara, dan kemudian dianalisis secara kualitatif. Platform yang memberikan jaminan keaslian, layanan pelanggan yang baik, dan UI/UX yang mudah digunakan sangat dibutuhkan, menurut hasil analisis. Kebutuhan ini dipenuhi oleh Tokulink melalui konsep visual yang menggembirakan dan identitas merek yang kuat, yang bertujuan untuk meningkatkan lingkungan jual beli penggemarnya. Pada penelitian ini, adanya penggunaan metode Human Centered Design dan Design Thinking sebagai metode penelitian utama.

Kata Kunci : User Interface, User Experience , Design Thinking, E-commerce, Tokusatsu, Human Centered Design.

Abstract: This research is motivated by the high interest in Tokusatsu and Anime in Indonesia which has not been facilitated by a special and trusted e-commerce platform. Consumers often experience problems with product authenticity, service, and poor UI/UX. The aim of this research is to create a Tokulink e-commerce website prototype that focuses on the best user experience (UI/UX) for Tokusatsu and Gundam fans. For this research, Human Centered Design and Design Thinking approaches were used; data was collected through observation, questionnaires, and interviews, and then analyzed qualitatively. Platforms that provide guaranteed authenticity, good customer service and easy-to-use UI/UX are in high demand, according to the analysis. This need is met by Tokulink through an encouraging visual concept and strong brand identity, which aims to improve the buying and selling

environment for its fans. In this research, the Human Centered Design and Design Thinking methods were used as the main research methods.

Keywords : *User Interface, User Experience, Design Thinking, E-commerce, Tokusatsu, Human Centered Design*

PENDAHULUAN

Tokusatsu dan Anime merupakan dua genre film asal Jepang bertemakan robot, kehidupan sehari-hari, aksi, drama dan superhero, yang cukup terkenal di dunia film. Genre Tokusatsu adalah sebuah acara televisi Jepang yang cukup populer. Ada berbagai macam jenis film tokusatsu yang diantaranya adalah Kamen Rider, Kaiju, Ultra series dan Super sentai. Dilain sisi, anime merupakan sebuah acara televisi animasi Jepang yang memiliki gaya animasi yang khas dengan memadukan seni dua dimensi dan tiga dimensi dalam satu proyek film animasi.

Kedua genre ini sudah sangat dikenal di Indonesia dan memiliki banyak sekali penggemarnya. Hal ini berpengaruh pada berkembangnya komunitas penggemar Genre tokusatsu maupun anime dan pasar mainan maupun collectible item lainnya, seperti item langka hingga property untuk kegiatan Cosplay pada acara bertema budaya Jepang. Terlebih lagi dalam flow pembelian item, banyak para penggemar yang melakukan jual beli item-item tertentu, seperti melalui marketplace, grup facebook, maupun impor secara pribadi langsung dari Jepang ke dalam negeri yang membutuhkan proses yang sedikit rumit.

Saat ini e-commerce di Indonesia berkembang semakin pesat, dengan banyaknya pengguna maupun penjual yang menggunakan jasa layanan e-commerce sebagai media utama mereka berjualan. Beberapa aplikasi e-commerce seperti Tokopedia, Shopee dan Lazada hadir untuk mempermudah orang dalam mencari barang yang diinginkannya tanpa harus

menempuh perjalanan untuk sampai ke tempat penjualan barang tersebut. Hal ini merupakan satu sisi positif dari perkembangan internet di Indonesia yang berdampak besar pada sistem jual beli di Indonesia, termasuk marketplace E-Commerce yang menjual item-item Tokusatsu. Beberapa marketplace E-Commerce yang menjual item-item Tokusatsu diantaranya adalah Unicorn Toys, Kyou Hobby Shop, Multi Toys dan Vega Toys.

Namun demikian, dibalik kemudahan berbelanja melalui marketplace ECommerce tersebut, banyak konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan seperti rusaknya barang, hilang, dan terjadi kendala dalam sistem PreOrder. Pasar Tokusatsu dan Action Figure Anime pada media sosial juga tentunya menjadi sebuah fenomena yang cukup banyak peminatnya, dikarenakan banyaknya 5 penggemar yang mencari ataupun menjual item-item tertentu. Namun, hal tersebut dapat menjadi pedang bermata dua, dikarenakan belum tentu barang yang dijual oleh penjual merupakan barang asli atau bahkan akun yang menjual merupakan akun fiktif/palsu yang hanya mencari untung dengan cara menipu pembeli yang masih awam akan sistem jual beli melalui Media Sosial, terutama Facebook.

Didapati dari beberapa forum seperti Facebook dan Reddit, beberapa user mengeluhkan akan kualitas pelayanan toko yang cukup buruk seperti rusaknya barang saat dikirim, hilangnya bukti Pre- Order oleh pihak penjual serta keterlambatan pengiriman oleh pihak penjual. Hal ini tentunya menjadi sebuah fenomena masalah yang cukup merugikan bagi orang yang melakukan transaksi dengan toko tersebut.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, dapat dilihat bahwa kurangnya platform marketplace E-Commerce yang secara spesial menjual item-item kolektif Tokusatsu, Gundam serta item-item kolektibel eksklusif lainnya yang aman dan terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang

sebuah web E-Commerce yang berspesialisasi dalam mengutamakan pelayanan terbaik kepada konsumen. Metode perancangan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode Human Centered Design khususnya metode Design Thinking yang dikemukakan oleh Stanford yaitu Design thinking yang terbagi menjadi 5 fase, yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype dan Test. Diharapkan dengan adanya marketplace E- Commerce ini maka konsumen akan lebih mudah dan nyaman dalam membeli produk yang di inginkannya tanpa harus khawatir terhadap pelayanan yang buruk.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dikutip dari Robert K. Yin (2018), metode kualitatif adalah metode pengumpulan data melalui analisis yang mendalam kepada beberapa objek atau subjek untuk mendapatkan data yang baik. Dikutip dari Douglas C. Montgomery (2019), analisis data adalah proses dalam menata struktur dan makna pada kumpulan data yang sudah dikumpulkan. Metode analisis yang akan dilakukan pada objek penelitian adalah sebagai berikut.

Wawancara merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian yang dapat diraih dengan cara berdiskusi atau bercerita tentang pengalaman orang yang diwawancara untuk memahami sudut pandangnya (Koentjaraningrat, 2019: 53). Pada penelitian ini, wawancara akan dilakukan bersama dengan narasumber yang mengerti di dalam bidang ini, seperti penjual barang koleksi, cosplayer, dan penggemar serial Tokusatsu dan Gundam. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pakar bidang UI/UX.

Menurut Michael Quinn Patton (2002), observasi merupakan pengamatan lapangan yang digunakan untuk mendeskripsikan perilaku,

aktivitas, interaksi dan proses. observasi terbagi menjadi dua, yaitu observasi partisipan dan non- partisipan yang dimana pada penulisan ini menggunakan metode observasi partisipan karena keterlibatan secara langsung dengan objek yang diamati. Tujuan dalam observasi ini untuk mendapatkan data yang bisa dianalisis dalam kepentingan membuat protitipe UI/UX untuk website E-commerce Tokulink. Dalam hal ini, observasi akan dilakukan kepada Web E-Commerce Serupa yang sudah ada terlebih dahulu.

Menurut Sugiyono (2017), kuisisioner merupakan suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden tentang suatu topik. Kuisisioner akan disebarakan secara daring kepada sejumlah responden melalui Google Form untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dikutip dari jurnal yang dituliskan oleh Anggun Tri Sukma, Yahya Ahmad, dan Rahmat Taufik Dwi (2021) menyebutkan Marketplace merupakan platform berbasis digital maupun fisik yang memepertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Marketplace juga memiliki fungsi sebagai perantara fasilitas pembayaran, pengelolaan produk dan logistik. Marketplace tidak hanya melibatkan transaksi jual beli, tetapi juga mendukung komunikasi dan informasi yang diperlukan untuk melakukan transaksi tersebut.

Menurut Suyanto (2004), Desain Komunikasi Visual merupakan sebuah bentuk seni dan keterampilan yang diaplikasikan dengan cara komunikasi melalui media visual. Hal ini bertujuan untuk memberikan identitas terhadap perusahaan ataupun produk melalui media visual yang dapat dilihat oleh konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa

pengaplikasian Desain Komunikasi Visual dapat menjadi sebuah landasan dalam membuat User Interface yang akan digunakan pada pengembangan website ini.

Nama yang digunakan untuk website ini adalah Tokulink yang merupakan sebuah gabungan kata dari toko, tokusatsu dan linking hobbies. Tokusatsu merupakan aspek utama dari perancangan prototype website e-commerce ini yang menjadikan aspek tersebut berperan penting pada penamaan. Kemudian ada kata “Toko” yang tentunya disematkan pada nama, hal ini menunjukkan bahwa ini adalah website yang menjual produk yang berhubungan dengan tokusatsu. Kemudian kata Link berasal dari kata “Linking Hobbies” yang juga berperan penting dalam sistem penamaan website ini karena website e-commerce ini juga menyediakan produk seperti model kit, properti cosplay hingga official merchandise. Ketiga kata tersebut kemudian digabungkan dan dipersingkat menjadi Tokulink.

Pada penelitian ini, metode Design thinking digunakan dalam pembuatan prototipe website E-Commerce ini menggunakan metode Design thinking, untuk memahami setiap aspek desain dalam pembuatan website tersebut. Design thinking sendiri terbagi menjadi 5 fase, yaitu empathize, define, ideate, prototype dan test. Berikut akan dijelaskan secara lebih lanjut dibawah ini

Emphatize

Emphatize sendiri adalah fase yang digunakan untuk memahami pengguna (Empathy). Pada fase ini merupakan tahap pertama yang digunakan dalam metode Design Thinking untuk memahami masalah pada topik penulisan Tugas Akhir ini.

Define

Pada tahapan ini, define digunakan untuk merumuskan masalah yang sedang dihadapi oleh pengguna dan serta menentukan focus desain yang akan dibuat.

Ideate

Tahap ketiga ini, ideate merupakan tahapan untuk menghasilkan ide kreatif beserta solusi alternatif terhadap masalah yang dihadapi sehingga masalah dapat terselesaikan.

Prototype

Pada tahapan Prototype ini, akan dilakukan prototyping dari solusi terhadap masalah yang sudah dihasilkan melalui fase Ideate. Pada tahapan ini juga desainer dapat dengan bebas bereksperimen untuk merancang berbagai media yang menjadi hasil dari berbagai tahapan sebelumnya, diawali dengan perancangan nama aplikasi, perancangan logo, sitemap, userflow, hingga pembuatan wireframe dan hasil perancangan keseluruhan:

Test

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengujian terhadap proto type yang sudah dihasilkan dari fase sebelumnya kepada pengguna dalam rangka untuk mencari kritik dan saran dalam tujuan untuk memperbaiki desain

LOGO

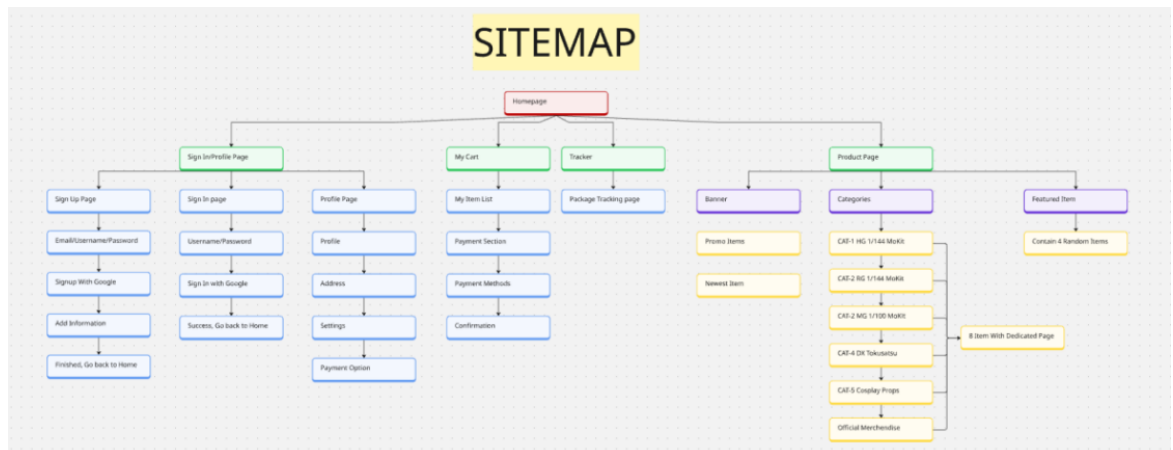


Gambar 1.1 Logo

Sumber: Pribadi

Nama yang digunakan untuk website ini adalah Tokulink yang merupakan sebuah gabungan kata dari toko, Tokusatsu dan linking hobbies.

SITEMAP WEBSITE



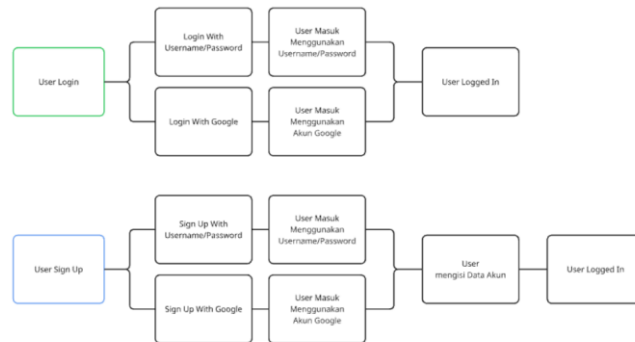
Gambar 1.2 Sitemap Website

Sumber: Dokumen Pribadi

Disaat pengguna menggunakan website untuk pertama kali, pengguna akan disambut oleh landing page yang menampilkan logo dan karakter maskot yang kemudian akan menuju ke homepage secara otomatis setelah beberapa waktu. Pada segmen homepage, pengguna dapat memilih beberapa menu yang dapat di interaksi secara langsung seperti sign-in/sign-up page, my cart, tracker dan product page. Tampilan utama akan berisikan berbagai macam produk dan kategori produk sehingga pengguna dapat dengan mudah mencari produk sesuai dengan keinginannya.

USER TASK FLOW

Sign-In/Sign-Up

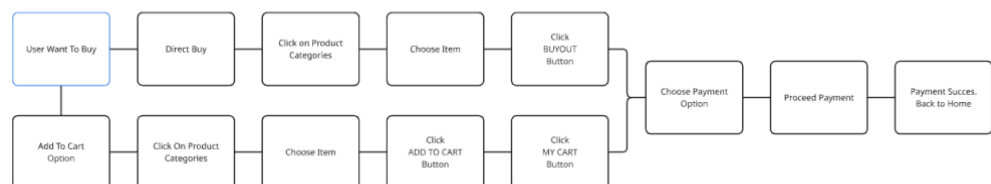


Gambar 1.3. Sign-In/Sign-Up

Sumber : Pribadi

Pada gambar diatas menunjukan langkah pertama pengguna dalam menggunakan website adalah melakukan sign in/sign up dengan tujuan untuk menggunakan seluruh fitur yang tersedia pada website.

BUYOUT ITEM



Gambar 1.3. Buyout Item

Sumber : Pribadi

Lalu pada langkah kedua, pengguna melakukan proses pembelian barang yang tersedia pada website. Langkah ini dapat dilakukan ketika pengguna sudah melakukan sign- in/sign-up.

TRACKING



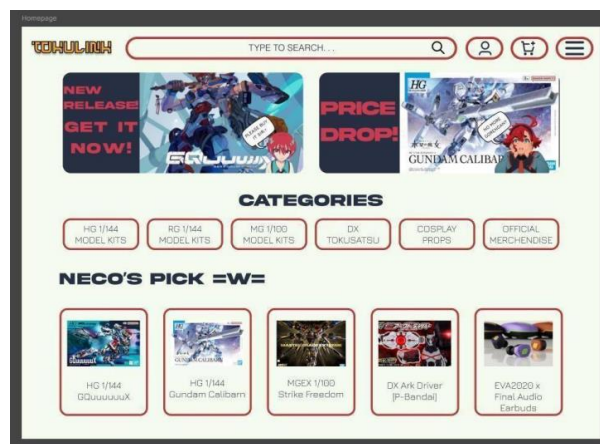
Gambar 1.3. Tracking

Sumber : Pribadi

Langkah terakhir cukup mudah, pengguna hanya perlu melakukan tracking order terhadap barang yang sudah dibeli.

PROTOTYPING

HOME PAGE

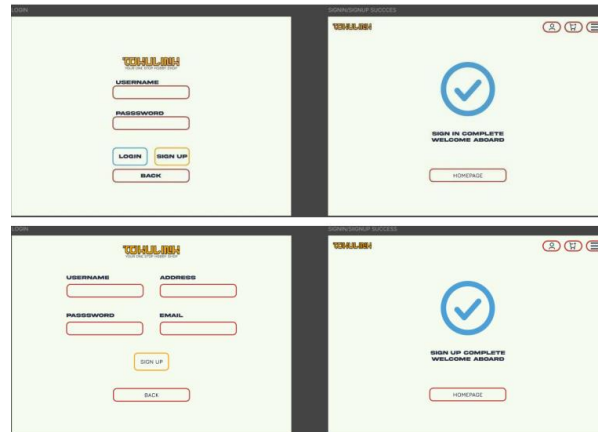


Gambar 1.4. Homepage

Sumber : Pribadi

Gambar diatas merupakan hasil dari rancangan tampilan homepage dalam wujud wireframe yang berisikan konten berupa kategori barang, promo banner, search bar dan daily pick dari website yang akan di buat.

SIGN-IN/SIGN-UP PAGE

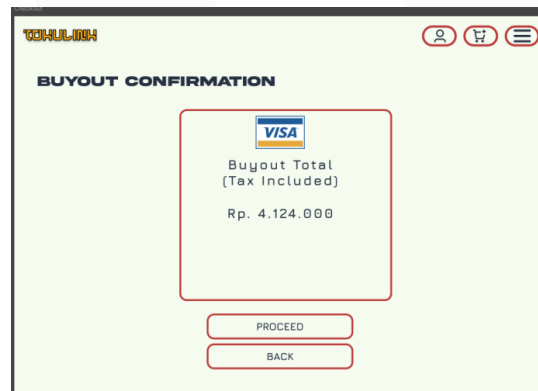


Gambar 1.5 Sign-in/Sign-up page

Sumber : Pribadi

Gambar diatas merupakan hasil rancangan dari desain sign-in/sign-up page dari website yang akan dibuat yang dilakukan sebelum menggunakan seluruh fitur yang ada pada website.

BUYOUT ITEM

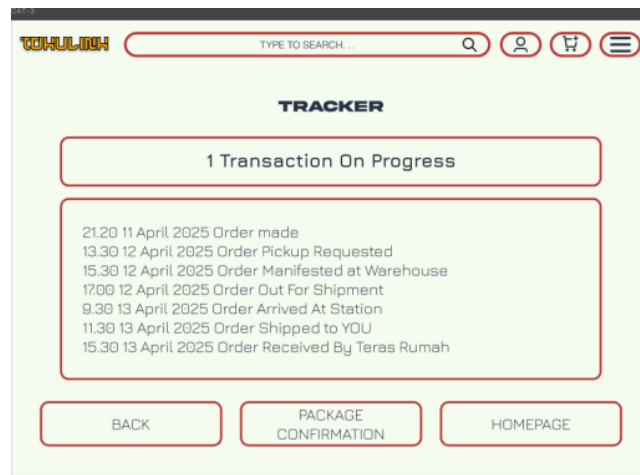


Gambar 1.6 Buyout Page

Sumber : Pribadi

Gambar diatas merupakan hasil dari rancangan Buyout Page. Halaman ini muncul saat pengguna ingin melakukan konfirmasi pembayaran saat sudah selesai memilih barang yang ingin dibeli.

TRACKING



Gambar 1.7 Package Tracking

Sumber : Pribadi

Gambar diatas merupakan halaman tracking barang yang sudah dibeli. Pengguna dapat melakukan tracking seluruh barang yang sudah dibeli melalui halaman ini.

Test

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengujian terhadap proto type yang sudah dihasilkan dari fase sebelumnya kepada pengguna dalam rangka untuk mencari kritik dan saran dalam tujuan untuk memperbaiki desain.

Usability testing pada website tokusatsu ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengguna dapat menggunakan sistem dengan mudah, efektif, dan nyaman dalam mengakses informasi seputar tokusatsu. Pengujian dilakukan dengan cara meminta sejumlah responden mencoba beberapa tugas penting, seperti mencari seri tokusatsu tertentu, membuka detail karakter, serta menavigasi menu utama

Selama proses tersebut, pengguna diminta memberikan penilaian terhadap kemudahan penggunaan, kejelasan tampilan, dan kenyamanan navigasi. Hasil dari pengujian ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi bagian antarmuka yang masih membingungkan atau kurang optimal, sehingga dapat dijadikan dasar dalam memberikan rekomendasi perbaikan pada desain dan fungsionalitas website agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Berikut hasil pengujian usability dan saran perbaikan yang didapat dari usability testing tersebut:

- Memperhalus struktur navigasi sehingga lebih mudah bagi pengguna untuk menemukan menu dan fitur utama.
- Setiap halaman harus memiliki desain yang sama, termasuk warna, ikon, dan tata letak.
- Meningkatkan kemampuan untuk memahami teks dengan ukuran dan kontras yang lebih jelas
- Sederhanakan proses pencarian dan filter produk untuk lebih cepat dan efektif. - Menambahkan um
- Menambahkan umpan balik visual saat pengguna melakukan sesuatu

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa para penggemar Tokusatsu dan Anime di Indonesia membutuhkan platform ecommerce yang unik dan terpercaya. Minat yang tinggi terhadap kedua genre ini, yang tercermin dalam pertumbuhan komunitas dan pasar merchandise, serta properti cosplay, belum sepenuhnya dipenuhi oleh platform e-

commerce umum. Platform- platform ini seringkali mengecewakan pelanggan dalam hal jaminan keaslian produk, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan antarmuka.

Berdasarkan analisis data kuesioner, Tokopedia mengungguli Shopee dalam hal kepercayaan terhadap keaslian barang meskipun keduanya mendominasi pasar ecommerce di Indonesia. Sementara itu, tinjauan yang dilakukan pada platform serupa seperti Kyou Hobby Shop, Unicorn Toys, dan Hobby Link Japan menunjukkan beberapa masalah, termasuk desain UI/UX yang buruk, variasi produk yang terbatas, dan masalah dengan pembayaran dan pengiriman internasional. Wawancara dengan penggemar juga membahas masalah umum seperti harga yang tidak wajar, kelangkaan produk, dan keraguan tentang orisinalitas barang yang dijual online.

Untuk mengatasi masalah ini, penelitian dilakukan untuk membuat prototipe website e-commerce bernama Tokulink yang secara khusus berkonsentrasi pada penyediaan model kit dan action figure Tokusatsu dan Gundam dengan mengutamakan pengalaman pengguna (UI/UX) terbaik. Untuk memahami kebutuhan dan preferensi target pengguna, yaitu remaja dan dewasa berusia 16-35 tahun yang aktif dalam komunitas Tokusatsu dan Gundam di Indonesia, pendekatan Human Centered Design dan metodologi Design Thinking digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. (2010)
- Dealls Website. Apa Itu User Persona?. (2025)
- Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen. Metodologi Penelitian Visual dari Seminar ke Tugas Akhir. (2013)
- Gillian Rose. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. (2019)
- Jesse James Garret. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. (2010)
- Jurnal Anggun Tri Sukma, Yahya Ahmad, dan Rahmat Taufik Dwi "Perkembangan ECommerce" (2021).
- K. C. Laudon dan C. G. Traver. Business, Teknologi, Society. (2002)
- Maylinda Ambarwati. Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual. (2022)
- Michael Quinn Patton. "Qualitative Research and Evaluation Method". (2002)
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif. (2017)
- Nick Babich. Human Centered Design. (2018)
- Robert K. Yin. Case Study Research and Applications: Design and Methods. (2018)
- Douglas C. Montgomery. Design and Analysis of Experiments. (2019)
- Suyanto. Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan. (2004)
- Yhumex Efendi. Jenis Website. Academia.edu