

Perancangan UI/UX Website *Marketplace* PT Devata Studio Kreatif

Muhammad Iqbal Fahrezi, Yuliarni, Khairunnisa, Izan Qomarats

Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

mhdiqbalfahrezi21@gmail.com, yuliarni2807@gmail.com, khairunnisarasya19@gmail.com, izanqomarats1508@gmail.com

Abstrak

Industri animasi di Indonesia berkembang pesat, namun masih menghadapi tantangan dalam pemasaran dan monetisasi aset digital. PT Devata Studio Kreatif sebagai studio animasi di Sumatera Barat menginisiasi pengembangan *marketplace* berbasis komunitas untuk mendukung ekosistem kreator lokal. Tujuan tugas akhir ini adalah merancang UI/UX website *marketplace* yang ramah pengguna dan fungsional guna membantu kreator menjual aset animasi 3D secara profesional.

Perancangan menggunakan pendekatan user-centered design dengan metode *design thinking*, mencakup tahapan empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, dan uji *usability*. Landasan teori melibatkan konsep UI/UX, interaksi manusia dan komputer, teknologi 3D, dan sistem *marketplace* digital. Fitur utama meliputi tampilan portofolio kreator, sistem transaksi aman, komunitas interaktif, dan layanan RenderPal sebagai nilai tambah.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa website *marketplace* yang dirancang mampu meningkatkan pengalaman pengguna, memperkuat keterlibatan komunitas, serta mendorong daya saing kreator lokal. Proyek ini diharapkan menjadi model bagi pengembangan UI/UX *marketplace* kreatif berbasis komunitas di Indonesia.

Kata Kunci: *UI/UX Design, Design Thinking, Marketplace 3D, Creative Industry, Digital Platform*

PENDAHULUAN

Industri animasi 3D di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan peningkatan permintaan pasar global dan kemajuan teknologi digital. Data dari Asosiasi Industri Animasi dan Kreatif Indonesia (AINAKI, 2020) menunjukkan bahwa nilai industri animasi nasional telah mencapai potensi hingga 3 triliun rupiah. Di sisi lain, laporan Market Research Report (2023) memperkirakan bahwa pasar animasi 3D global akan meningkat dari USD 21,2 miliar pada 2023 menjadi USD 66,8 miliar pada tahun 2033. Meski potensi pasar sangat besar, para kreator animasi lokal masih menghadapi tantangan dalam aspek pemasaran, monetisasi karya, serta keterbatasan platform yang mampu memfasilitasi kebutuhan mereka secara optimal.

Devata Studio hadir sebagai salah satu pelaku industri kreatif yang berupaya menjawab tantangan tersebut melalui pengembangan platform *Pasar3D*, sebuah *marketplace* berbasis web untuk mendukung kreator animasi lokal dalam memasarkan aset 3D mereka. Platform ini dirancang tidak hanya sebagai tempat jual-beli, tetapi juga sebagai ruang interaktif yang mendukung ekosistem komunitas kreatif, sekaligus menjamin keamanan dan kenyamanan transaksi digital.

Rumusan utama dari perancangan ini adalah: **Bagaimana merancang sebuah website *marketplace* animasi 3D yang tidak hanya memfasilitasi kreator dalam memasarkan karya mereka, tetapi juga menyediakan fitur interaktif yang mendukung pengalaman pengguna, membangun ekosistem komunitas yang kuat, serta menjamin keamanan transaksi secara optimal?**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan sebuah platform *marketplace* animasi 3D yang ramah pengguna dan mampu meningkatkan aksesibilitas, visibilitas, serta daya saing karya lokal. Perancangan dilakukan dengan pendekatan *Design Thinking*, agar solusi yang dihasilkan benar-benar selaras dengan kebutuhan pengguna. Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai meliputi:

- Merancang antarmuka (UI/UX) yang intuitif dan mudah digunakan;
- Mengembangkan fitur interaktif yang meningkatkan kenyamanan pengguna;
- Mengintegrasikan sistem komunitas yang mendukung kolaborasi kreator;
- Menjamin keamanan transaksi melalui sistem pembayaran yang terpercaya dan perlindungan hak cipta;
- Mendukung pengembangan talenta lokal melalui integrasi fitur edukasi dan pengembangan keterampilan.

Manfaat dari perancangan ini diharapkan dapat dirasakan secara luas oleh berbagai pihak. Bagi Devata Studio, platform ini dapat memperluas jaringan distribusi aset animasi dan meningkatkan efisiensi produksi melalui integrasi layanan seperti RenderPal. Bagi kreator dan pengguna lokal, platform ini diharapkan menyediakan sarana pemasaran yang aman dan komunitas yang mendukung. Secara umum, perancangan ini juga berkontribusi terhadap pertumbuhan industri animasi Indonesia serta menjadi rujukan akademik dalam kajian desain UI/UX berbasis komunitas kreatif.

METODE PENCIPTAAN

Perancangan ini menggunakan pendekatan **Design Thinking** sebagai metode utama, yaitu metode pemecahan masalah yang berpusat pada pengguna (*user-centered*) dan dilakukan secara iteratif melalui lima tahapan: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Brown, 2009; Dam & Siang, 2020). Pendekatan ini dipilih karena memberikan fleksibilitas dalam memahami kebutuhan pengguna sekaligus memungkinkan eksplorasi solusi desain yang inovatif, khususnya dalam konteks perancangan UI/UX.

Design Thinking

a. Empathize

Tahap *Empathize* merupakan langkah awal dalam metode Design Thinking yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengguna dan konteks permasalahan melalui pendekatan humanis. Dalam perancangan ini, proses empati dilakukan melalui kombinasi metode pengumpulan data kualitatif, yang mencakup wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan studi referensi platform serupa.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui:

1. **Wawancara semi-terstruktur** kepada tiga narasumber: tiga kreator animasi profesional yang memiliki minat terhadap animasi dan pasar digital. Pertanyaan diarahkan untuk menggali persepsi pengguna terhadap platform marketplace animasi yang ada, hambatan dalam distribusi aset, serta ekspektasi terhadap fitur, keamanan, dan komunitas.
2. **Observasi langsung** dilakukan di lingkungan Devata Studio selama proses kerja kreator, yang mencakup aktivitas produksi aset 3D, alur kolaborasi tim, dan kendala dalam distribusi aset secara digital.

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan komparasi terhadap platform sejenis seperti ArtStation, CGTrader, dan Sketchfab. Tujuannya adalah untuk menganalisis sistem navigasi, pencarian aset, sistem kategori, tampilan portofolio, dan keterlibatan komunitas dari platform-platform tersebut.

Proses ini menghasilkan identifikasi kebutuhan pengguna berupa:

1. Keinginan akan sistem kategori aset 3D yang jelas dan terstruktur
2. Mekanisme pencarian cepat dan relevan
3. Tampilan portofolio profesional untuk menarik klien atau pembeli
4. Sistem transaksi yang aman, transparan, dan terpercaya
5. Fitur komunitas yang mendorong kolaborasi, edukasi, dan diskusi antar kreator

Seluruh data dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk menemukan pola dan kebutuhan utama pengguna. Hasilnya divisualisasikan dalam bentuk *user persona*, *customer journey map*, dan *user need statement* yang menjadi dasar untuk tahap *Define*.

Secara konseptual, tahap ini mengikuti prinsip **Design Thinking** dari Tim Brown (2009) dan Rikke Dam & Teo Siang (2020), serta mengacu pada pendekatan **User-Centered Design** (Norman, 2013) yang menempatkan pengalaman dan aspirasi pengguna sebagai titik pusat dari proses perancangan.

b. Define

Tahap *Define* dalam metode Design Thinking merupakan proses sintesis dari data yang telah dikumpulkan pada fase *Empathize*. Informasi hasil wawancara, observasi, dan studi literatur dianalisis untuk mengidentifikasi pola kebutuhan, hambatan, serta preferensi pengguna utama dari platform marketplace animasi 3D yang akan dirancang. Analisis ini bertujuan untuk merumuskan permasalahan inti yang akan dijawab melalui solusi desain.

Data yang diperoleh dari tahap sebelumnya dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengelompokkan temuan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Hambatan dalam memasarkan karya secara profesional
2. Minimnya wadah komunitas yang terintegrasi dalam platform
3. Kebutuhan navigasi dan pencarian aset yang efisien
4. Tantangan dalam menampilkan portofolio yang kredibel
5. Isu keamanan dan kepercayaan dalam transaksi digital

Dari analisis tersebut, disusunlah beberapa artefak desain awal seperti:

1. **User Persona**: representasi fiktif dari tipe pengguna utama berdasarkan wawancara
2. **Empathy Map**: untuk memetakan apa yang dilihat, didengar, dikatakan, dan dirasakan pengguna
3. **User Journey Map**: alur pengalaman pengguna dari proses eksplorasi hingga transaksi
4. **User Need Statement**: pernyataan kebutuhan berbasis empati dan konteks

Berdasarkan artefak tersebut, permasalahan utama perancangan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana merancang sebuah website marketplace animasi 3D yang tidak hanya memfasilitasi kreator dalam memasarkan karya mereka, tetapi juga menyediakan fitur interaktif yang mendukung pengalaman pengguna, membangun ekosistem komunitas yang kuat, serta menjamin keamanan transaksi secara optimal?

Rumusan masalah ini menjadi dasar dalam eksplorasi ide dan pengembangan solusi desain pada tahap selanjutnya. Tahap *Define* dalam konteks ini sangat penting untuk memastikan bahwa fokus perancangan tidak hanya mencerminkan kebutuhan teknis, tetapi juga nilai-nilai emosional dan sosial dari pengguna sasaran.

c. Ideate

Tahap *Ideate* bertujuan untuk mengembangkan solusi desain berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh pada tahap *Empathize* dan *Define*. Pada tahap ini, dilakukan proses eksplorasi ide dengan pendekatan kreatif dan sistematis untuk merumuskan fitur serta struktur antarmuka platform marketplace Pasar3D yang menjawab permasalahan utama pengguna.

Proses ini dilakukan melalui teknik *brainstorming*, *sketsa wireframe awal*, serta pemetaan hierarki informasi. Gagasan yang dihasilkan berakar dari hasil wawancara, observasi, dan analisis kebutuhan pengguna yang sebelumnya telah disintesis menjadi artefak desain seperti *user persona* dan *user journey map*.

Hasil dari tahap ini menghasilkan beberapa elemen utama desain:

1. **Struktur Navigasi:** Model navigasi disusun agar intuitif dan mudah dijelajahi, mencakup beranda, kategori aset, halaman kreator, komunitas, dan halaman transaksi.
2. **Fitur Utama:** Sistem pencarian cepat berbasis kategori dan tag, tampilan portofolio interaktif, forum komunitas, sistem rating, fitur favorit/simpan aset, serta layanan tambahan seperti integrasi *RenderPal*.
3. **Prinsip Visual:** Pemilihan gaya antarmuka yang minimalis, fungsional, dan konsisten dengan identitas visual Devata Studio, termasuk warna utama, tipografi, dan ikonografi.

Gagasan-gagasan desain dirumuskan dalam bentuk *low-fidelity wireframe* sebagai dasar pengujian awal antarmuka, yang kemudian dikembangkan lebih lanjut ke dalam bentuk *high-fidelity prototype* pada tahap selanjutnya.

Pendekatan dalam tahap ini mengacu pada prinsip-prinsip desain interaktif dan UI/UX yang dikemukakan oleh Garrett (2011), serta heuristik usability dari Nielsen (1995) yang menekankan pentingnya konsistensi, efisiensi penggunaan, dan kebermaknaan visual dalam antarmuka digital.

Dengan menyusun solusi desain berdasarkan pemetaan kebutuhan aktual, proses ideasi ini menjadi penghubung antara identifikasi masalah dan realisasi visual yang tepat guna, serta tetap mempertahankan fokus pada pengguna sebagai pusat dari proses perancangan.

Ide yang terpilih divisualisasikan dalam bentuk prototipe antarmuka menggunakan perangkat lunak **Figma**. Prototipe terdiri dari wireframe awal (*low-fidelity*) dan desain UI (*high-fidelity*) dengan elemen visual sesuai brand identity Devata Studio. Pengembangan prototipe mengacu pada prinsip heuristik usability dari Nielsen (1995), seperti *match between system and real world*, *consistency*, dan *aesthetic and minimalist design*.

d. Prototype

Tahap *Prototype* merupakan proses materialisasi dari ide-ide desain ke dalam bentuk visual yang dapat diuji dan dievaluasi. Dalam konteks ini, prototipe dikembangkan menggunakan perangkat lunak desain antarmuka digital Figma, dengan pendekatan bertahap dari *low-fidelity wireframe* hingga *high-fidelity prototype*.

Tahapan pengembangan prototipe meliputi:

1. **Low-Fidelity Wireframe**
Wireframe awal dirancang untuk merancang alur navigasi dasar dan struktur konten utama pada platform. Tujuannya adalah untuk memvalidasi hirarki informasi, jalur pengguna (*user flow*), serta fungsi dasar dari tiap halaman seperti:
 - a) Halaman beranda
 - b) Galeri aset animasi 3D
 - c) Halaman profil kreator
 - d) Forum komunitas
 - e) Checkout transaksi
2. **High-Fidelity Prototype**
Setelah struktur dasar divalidasi, prototipe dikembangkan dengan elemen visual lengkap sesuai identitas Devata Studio, termasuk pemilihan warna, ikonografi, dan tipografi. Desain akhir memuat interaksi realistis seperti *hover*, *click-through navigation*, dan simulasi fitur seperti sistem pencarian, filter aset, dan keranjang belanja.
3. **Komponen Visual dan Sistem Desain**
Prototipe juga dikembangkan dengan **sistem desain modular**, memanfaatkan prinsip *design consistency* dan *atomic design*, untuk memastikan keseragaman dan skalabilitas visual di seluruh halaman. Komponen seperti tombol, tag, grid layout, dan input field dikembangkan sebagai bagian dari library yang terstandarisasi.
4. **Alat dan Format**
Seluruh prototipe dikembangkan di **Figma**, karena kemampuannya dalam kolaborasi real-time, dokumentasi desain, serta integrasi ke dalam proses pengujian dan pengembangan lanjutan.

Proses ini mengikuti prinsip UI/UX dari **Jesse James Garrett (2011)**, terutama pada level struktur, skeleton, dan surface, serta prinsip heuristik dari **Nielsen (1995)** seperti *visibility of system status*, *aesthetic and minimalist design*, dan *recognition rather than recall*.

Dengan adanya prototipe ini, visualisasi marketplace Pasar3D dapat digunakan untuk tahap uji coba kepada pengguna nyata, sekaligus menjadi dasar komunikasi desain antara tim kreatif dan teknis sebelum tahap pengembangan fungsional (coding).

e. Test

Tahap *Test* merupakan langkah evaluasi terhadap prototipe yang telah dikembangkan, dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana solusi desain yang dihasilkan mampu memenuhi kebutuhan pengguna serta mengidentifikasi potensi perbaikan. Pengujian dilakukan dengan pendekatan *usability testing* terhadap versi high-fidelity prototype dari marketplace Pasar3D.

Metode Pengujian:

1. Pengujian dilakukan secara langsung terhadap **3 partisipan**, yang terdiri dari 3 kreator animasi. Pemilihan partisipan berdasarkan kemiripan profil dengan *user persona* yang telah disusun pada tahap Define.
2. Partisipan diminta untuk menyelesaikan beberapa skenario penggunaan, antara lain: melakukan pencarian aset 3D, menyimpan aset ke favorit, membuka profil kreator, serta menyelesaikan simulasi transaksi.
3. Seluruh proses dicatat melalui observasi dan wawancara tindak lanjut (follow-up interview) untuk mendapatkan umpan balik kualitatif.

Alat dan Teknik Perancangan

Alat bantu dan teknik yang digunakan selama proses perancangan meliputi:

1. Figma untuk pembuatan prototipe UI
2. Google Forms untuk dokumentasi dan pengumpulan data
3. Interview template & user persona canvas untuk menganalisis kebutuhan pengguna

Justifikasi Metodologi

Pemilihan metode **Design Thinking** dalam perancangan marketplace Pasar3D didasarkan pada karakteristik permasalahan yang bersifat kompleks, pengguna-sentris, dan memerlukan pendekatan iteratif. Metode ini memungkinkan penggalian kebutuhan kreator animasi secara mendalam, eksplorasi ide yang kreatif, dan pengujian solusi visual secara langsung terhadap target pengguna.

Metodologi ini terbukti relevan karena:

1. **Berorientasi pada pengguna**
Design Thinking menempatkan empati terhadap pengguna sebagai inti dari proses. Ini sejalan dengan fokus platform Pasar3D untuk menyelesaikan masalah nyata yang dialami kreator animasi lokal dalam memasarkan aset mereka.
2. **Struktur iteratif dan fleksibel**
Prosesnya yang terdiri dari lima tahap—Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test—memberikan kerangka kerja yang adaptif terhadap perubahan temuan dan umpan balik pengguna selama proses desain berlangsung.
3. **Mendukung inovasi berbasis konteks lokal**
Dalam konteks Indonesia, di mana ekosistem marketplace kreatif belum sekuat pasar global, metode ini membantu perancang menciptakan solusi yang tidak hanya fungsional, tetapi juga kontekstual terhadap kebutuhan dan kebiasaan pengguna lokal.
4. **Kesesuaian dengan tujuan akademik dan praktik industri**
Metode ini menjembatani pendekatan konseptual dalam kajian desain interaktif dengan kebutuhan nyata di industri kreatif digital, serta memperkuat kontribusi penelitian terhadap praktik desain berbasis komunitas dan teknologi di negara berkembang.

Dengan demikian, Design Thinking dipilih sebagai metodologi utama dalam perancangan ini karena mampu mengakomodasi eksplorasi mendalam terhadap masalah, menghasilkan solusi yang relevan, serta memungkinkan pengujian dan penyempurnaan berulang berdasarkan umpan balik pengguna aktual.

Konsep dan Proses Penciptaan

Perancangan marketplace Pasar3D berangkat dari kebutuhan akan platform digital yang tidak hanya memfasilitasi transaksi aset 3D, tetapi juga membangun ekosistem kreatif berbasis komunitas. Konsep dan proses penciptaan dilakukan melalui pendekatan desain visual yang terstruktur dan konsisten.

a. Konsep Verbal

Konsep verbal dirancang untuk merepresentasikan semangat kemandirian, kolaborasi, dan semangat lokal kreator Indonesia. Narasi utama platform menekankan bahwa Pasar3D adalah ruang kreatif untuk bertumbuh, berbagi, dan berkarya. Bahasa yang digunakan pada antarmuka pun dirancang agar komunikatif, inklusif, dan membangun rasa percaya.

b. Konsep Visual

Secara visual, Pasar3D mengusung pendekatan minimalis modern yang menekankan kesederhanaan, fungsionalitas, dan aksesibilitas. Desain diarahkan agar tampil profesional namun tetap ramah bagi berbagai latar belakang pengguna, baik pelaku industri maupun kreator pemula.

c. Tahapan Penciptaan Visual

1. Brainstorming :Tahap awal untuk mengeksplorasi ide, konsep fitur, serta alur interaksi pengguna.
2. Moodboard :Pengumpulan referensi visual untuk menentukan tone, gaya ilustrasi, dan atmosfer platform.
3. Visual Hierarki :Penentuan struktur informasi dan prioritas elemen visual agar navigasi lebih intuitif.
4. Tipografi :Penggunaan huruf sans-serif geometris yang bersih dan mudah dibaca di berbagai perangkat.
5. Warna :Skema warna monokrom dengan aksen cerah untuk menciptakan kontras dan kesan modern.
6. Ilustrasi :Gaya ilustrasi datar (flat) dengan karakter dan bentuk sederhana, menggambarkan semangat kreatif.
7. Button Design :Perancangan tombol dengan konsistensi warna, bentuk, dan respons visual (hover/klik).
8. Aset Visual :Pembuatan aset ikon, badge, kartu aset, dan elemen visual pendukung lain yang modular.
9. Layout System :Grid dan sistem spasi disusun agar tata letak responsif dan terstruktur dengan baik.
10. Design System :Pengembangan sistem desain yang memuat komponen UI reusable, termasuk warna, tombol, form, dan navigasi.
11. Workflow : Penyusunan alur kerja pengguna dari masuk ke halaman hingga proses transaksi selesai.
12. Wireframe : Penyusunan kerangka low-fidelity dari struktur antarmuka sebelum masuk tahap visual final.
13. Prototipe : Pengembangan prototipe high-fidelity menggunakan Figma sebagai simulasi desain akhir.
14. Responsive Design : Penyesuaian desain untuk berbagai perangkat: desktop, tablet, dan mobile.

HASIL DAN PEMBAHASAN

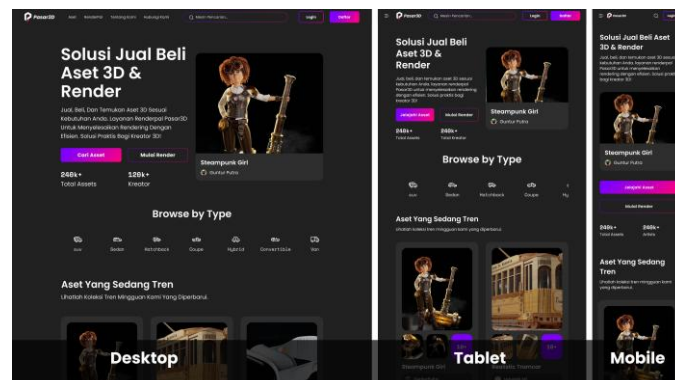
Hasil dari perancangan UI/UX marketplace Pasar3D diwujudkan dalam berbagai media utama dan bauran yang mencerminkan identitas visual platform serta mendukung keberfungsian sistem secara menyeluruh. Media yang dirancang berfokus pada tampilan digital interaktif dengan konsistensi gaya visual, sistem navigasi yang intuitif, dan responsivitas tinggi untuk berbagai perangkat.

a. Media Utama

Media utama yang dikembangkan dalam proyek ini meliputi:

1. Halaman Beranda (Homepage)

Halaman ini berfungsi sebagai titik awal pengguna dalam menjelajahi *platform*. Terdapat ajakan bergabung, *highlight* aset unggulan, dan akses cepat ke fitur utama seperti *marketplace*, komunitas, dan RenderPal.



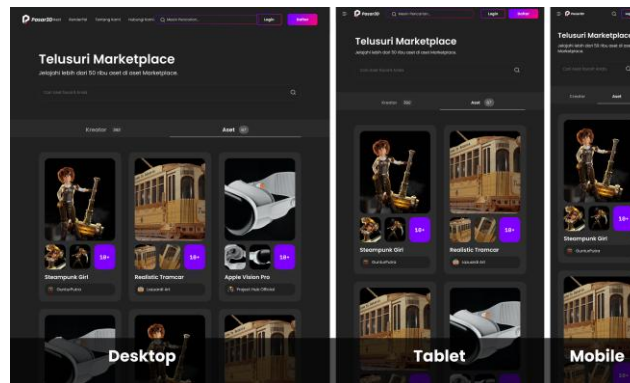
Gambar 1. Homepage
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

Desain halaman beranda mengedepankan *visual hierarchy* yang kuat melalui penggunaan heading besar, gambar *hero* aset, dan tombol aksi (CTA) yang menonjol. Warna latar gelap dikombinasikan dengan aksen neon biru dan ungu untuk menonjolkan elemen penting. Navigasi utama disusun horizontal di bagian atas, sementara konten utama dipusatkan di tengah layar untuk menarik perhatian pertama kali.

Elemen seperti tombol “Jelajahi Aset” dan “Mulai Render” dirancang dengan kontras tinggi agar mudah dikenali sebagai titik aksi utama. Ilustrasi maskot dan *highlight* aset digunakan untuk memberikan konteks dan memperkuat *branding*. Struktur *Layout* modular memudahkan adaptasi ke versi *mobile*, memastikan konsistensi responsif di semua perangkat.

2. Halaman Jelajahi Aset

Halaman ini menampilkan katalog aset *3D* dari para kreator, dengan fitur *filter* berdasarkan kategori, popularitas, harga, dan *tag*. Tampilan *grid* memudahkan pengguna untuk melihat *preview* aset secara visual



Gambar 2. Jelajahi Aset
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

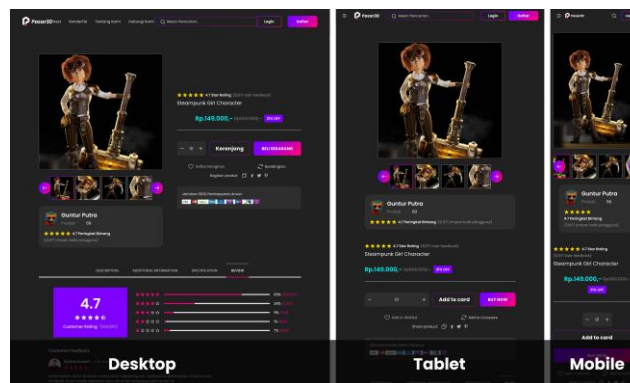
Desain halaman ini menerapkan *Layout* modular *grid* untuk menampilkan banyak aset sekaligus tanpa membuat tampilan terasa penuh. Setiap kartu aset menampilkan *thumbnail*, judul aset, harga, dan tombol tindakan seperti "Lihat Detail".

Filter diletakkan di sisi kiri (untuk versi desktop) atau ditampilkan sebagai menu *dropdown* pada versi *mobile*, dengan label seperti "Kategori", "Harga Terendah", dan "Paling Populer". Penggunaan warna netral untuk latar kartu dan *highlight* neon untuk interaksi membantu menjaga fokus visual.

Halaman ini mendukung prinsip *user-centered design* dengan memberi kontrol penuh pada pengguna dalam memilih aset sesuai kebutuhan. Desain juga mempertahankan konsistensi gaya visual Pasar3D melalui warna, tipografi, dan ikonografi.

3. Detail Aset

Menampilkan informasi lengkap mengenai satu aset *3D*, mulai dari deskripsi, format file, harga, hingga testimoni pengguna. Tersedia tombol beli dan ajukan pertanyaan kepada kreator.



Gambar 3. Detail Aset
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

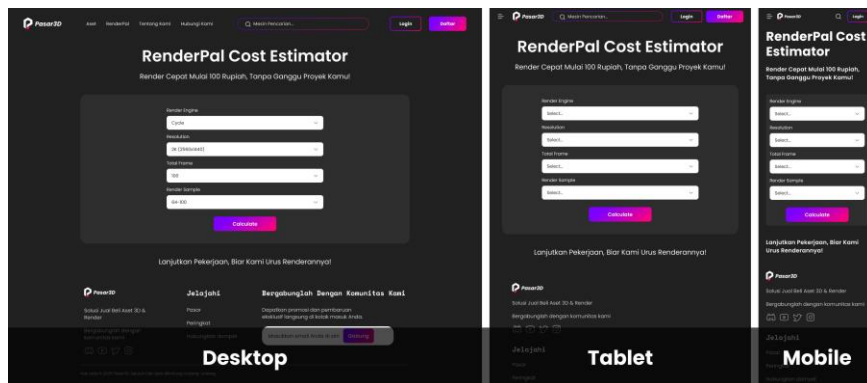
Desain halaman ini mengedepankan visual aset sebagai elemen utama, dengan tampilan galeri *preview* dan *thumbnail* aset secara vertikal. Bagian kanan digunakan untuk informasi dan tombol aksi, dengan struktur yang jelas dan mudah dipahami. Warna ungu dan pink neon digunakan untuk menyorot harga dan tombol "Beli Sekarang", sementara tombol "Tambahkan ke Keranjang" dan ikon interaksi ditempatkan secara ergonomis.

Grafik rating dan ulasan pengguna ditampilkan dalam bentuk visual bar dan teks, memberikan kepercayaan dan transparansi bagi pembeli. Tab navigasi informasi dirancang agar tidak membebani tampilan, tetap bersih dan terorganisir. *Layout* adaptif pada tampilan *tablet* dan *mobile* tetap mempertahankan urutan informasi utama, memastikan konsistensi pengalaman pengguna lintas perangkat.

Kesesuaian desain ini menunjukkan integrasi antara fungsi komersial dan presentasi visual produk *3D*, sekaligus mendukung interaksi kreator-klien secara profesional dan terbuka.

4. Renderpal

Halaman RenderPal dirancang sebagai fitur tambahan yang memungkinkan pengguna memesan jasa render melalui Devata Studio. Pengguna dapat memilih jenis render, mengunggah file, menentukan spesifikasi output, serta melihat estimasi biaya dan waktu. Desain halaman ini memudahkan proses pemesanan secara efisien dan profesional.



Gambar 4. RenderPal
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

Halaman RenderPal dirancang dengan struktur *form* vertikal sederhana agar mudah diisi, bahkan oleh pengguna baru. Masing-masing *dropdown* memiliki label jelas seperti “Render engine”, “Resolusi”, dan “Jumlah Frame”, yang membantu pengguna mengatur parameter teknis sesuai kebutuhan.

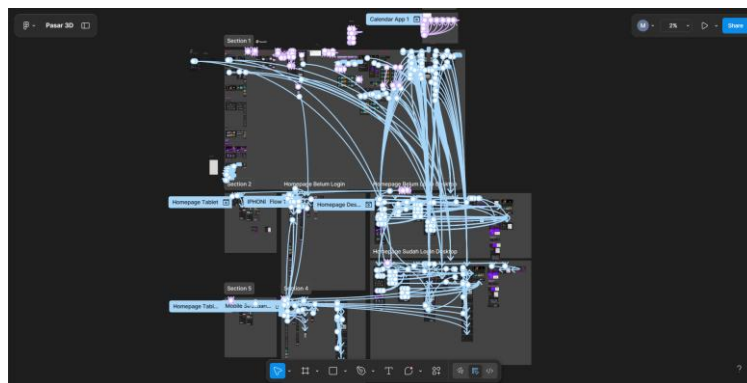
Tombol “Calculate” ditampilkan dengan warna ungu-pink menyala untuk menonjol sebagai aksi utama (CTA), sementara latar *form* berwarna abu gelap digunakan untuk membedakan area interaksi dengan konten sekitarnya. Tipografi tebal pada heading dan *tagline* mendukung komunikasi pesan secara cepat.

Layout adaptif memastikan bahwa seluruh fitur ini tetap mudah digunakan baik di desktop maupun perangkat *mobile*, dengan tetap mempertahankan keseimbangan antar elemen dan kenyamanan input. Hal ini penting agar layanan RenderPal tidak hanya terlihat profesional, tetapi juga praktis digunakan oleh target utama: kreator 3D di Indonesia.

5. Prototype High-Fidelity (Figma)

Rangkaian prototipe *interaktif* merupakan visualisasi alur lengkap dari tampilan antarmuka website Pasar3D. Prototipe ini dibuat menggunakan aplikasi Figma, dan berfungsi sebagai simulasi realistis dari pengalaman pengguna saat menjelajahi *platform*, baik sebagai klien maupun kreator.

Prototipe menyatukan seluruh halaman utama seperti Beranda, Jelajahi Aset, Detail Produk, *Dashboard* Kreator, Unggah Aset, Pembayaran, hingga fitur tambahan seperti RenderPal dan Gabung Komunitas. Jalur interaksi dan transisi antar halaman dirancang untuk menunjukkan alur logis dan intuitif, sesuai prinsip *Design thinking* dan *user-centered design*.



Gambar 5. Prototipe
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

Rangkaian prototipe ini memperkuat validasi terhadap struktur *UI/UX* yang telah dirancang. Jalur interaksi antar halaman mengalir dari titik *login* hingga *checkout* secara lancar dan tanpa hambatan visual. Penempatan tombol, navigasi, dan label teks mengikuti alur natural pengguna berdasarkan hasil observasi dan *usability testing* awal.

Prototipe juga berperan sebagai alat komunikasi visual antara perancang dan pengembang, dan menjadi dasar untuk pengujian interaksi lebih lanjut sebelum proses implementasi teknis. Dengan pendekatan ini, desain yang telah dibuat tidak hanya fungsional secara estetika, tetapi juga siap diadaptasikan ke dalam pengembangan sistem nyata.

b. Media Bauran

Media bauran merupakan elemen pendukung dalam strategi komunikasi visual *platform* Pasar3D. Tujuan dari media ini adalah untuk memperkenalkan identitas visual, memperkuat pesan *brand*, serta membangun hubungan antara Devata Studio dan target audiens melalui berbagai kanal visual, baik *offline* (media cetak) maupun *online* (digital).

Media yang dirancang diklasifikasikan menjadi tiga kelompok:

1. Media Promosi → *X-Banner, Poster, Template Instagram*
2. Media Identitas → *ID Card, Name Card, Lanyard, Sertifikat Komunitas*
3. *Merchandise & Komunitas* → *Kaos, Goodie bag, Stiker Pack*

Seluruh media bauran dikembangkan dengan mengacu pada karakter visual Pasar3D yang mengedepankan kesan futuristik, elegan, dan sederhana. Beberapa elemen visual pada media promosi dan komunitas tidak selalu identik dengan antarmuka utama (seperti font atau palet warna), namun tetap mempertahankan keselarasan gaya dan semangat *branding*. Penyesuaian ini dilakukan secara strategis untuk menyesuaikan konteks visual, media cetak, dan kebutuhan komunikasi yang lebih *Fleksibel* tanpa menghilangkan identitas *brand* secara menyeluruh.

a. Roll-Banner

Roll-Banner digunakan sebagai media promosi visual dalam *event*, seminar, atau *workshop* yang memperkenalkan Devata Studio kepada publik. Desainnya menampilkan logo, *tagline*, dan *highlight* fitur utama seperti *marketplace 3D* dan layanan *RenderPal*.



Gambar 6. Roll Banner

(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

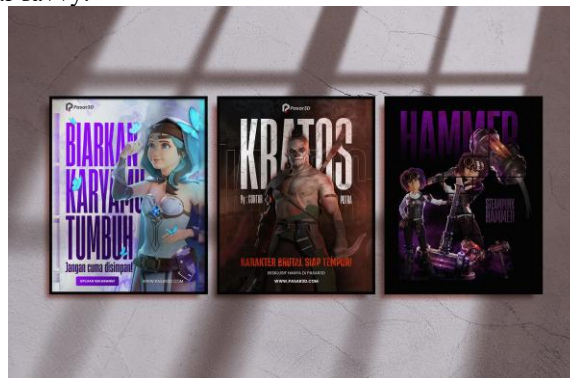
Roll-Banner ini dirancang dengan format vertikal standar (60 × 160 cm) dan mengadopsi gaya visual yang selaras dengan identitas *brand* Pasar3D: futuristik, elegan, dan sederhana. Meskipun tidak sepenuhnya mengikuti tampilan UI *platform*, elemen desain tetap konsisten dalam pemilihan warna kontras, komposisi tegas, dan tipografi yang terbaca dari jarak jauh.

Warna latar gelap digunakan untuk memberikan kesan eksklusif dan profesional, sementara aksent biru toska (#00ADB5) digunakan sebagai penanda aksi utama dan *highlight* teks, memberikan efek visual yang mencolok tanpa kehilangan keseimbangan desain.

Penempatan QR code di bagian bawah memungkinkan pengunjung *event* untuk langsung mengakses *platform* secara digital, menjembatani media cetak dengan interaksi *online*. *Roll-Banner* ini juga dapat digunakan ulang dalam berbagai acara, menjadikannya media promosi yang *Fleksibel* dan berkelanjutan.

b. Poster

Poster dirancang untuk digunakan di *media sosial*, bulletin kampus, serta publikasi acara. Visual *poster* mengandalkan kombinasi ilustrasi kuat, *Layout* dinamis, dan tipografi yang mencolok, untuk menarik perhatian target utama: audiens muda digital-savvy.



Gambar 7. Poster

(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

Desain *poster* tidak sepenuhnya mengikuti UI website, namun tetap mempertahankan semangat visual Pasar3D: modern, sederhana, dan komunikatif. Penggunaan ilustrasi karakter, ikon khas komunitas 3D, serta komposisi teks yang kontras memperkuat pesan *poster* secara cepat dan visual.

Warna yang digunakan lebih *Fleksibel* dibanding antarmuka digital utama, dengan memadukan aksesoris cerah (kuning, pink, biru toska) yang disesuaikan dengan tema masing-masing *poster*. Rasio teks dan ruang kosong dijaga seimbang agar informasi mudah ditangkap hanya dalam beberapa detik.

Setiap *poster* mengusung gaya visual semi-promosi dan semi-edukatif, agar tetap informatif tanpa terasa seperti iklan langsung. Ini mendukung pendekatan *brand* Pasar3D yang tidak hanya menjual layanan, tetapi juga membangun ekosistem komunitas kreatif secara berkelanjutan.

c. Manual Book

Manual book merupakan bagian dari media bauran yang dirancang untuk mendampingi karya utama dalam pameran tugas akhir ini. Buku ini berfungsi sebagai dokumentasi lengkap dari proses perancangan platform Pasar3D, mulai dari latar belakang, landasan teori, metode desain, hingga hasil karya dan analisisnya. Manual book ini tidak hanya menjelaskan aspek visual dan teknis, tetapi juga memperkuat pemahaman audiens terhadap alasan konseptual dan strategi desain yang diterapkan selama proses penciptaan.



Gambar 8. Manual Book
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

Secara visual, manual book disusun dengan mengikuti identitas grafis dari platform Pasar3D, menggunakan palet warna gelap dengan aksesoris neon, tipografi Poppins, serta layout modular yang rapi dan mudah dibaca. Hal ini memastikan konsistensi brand di seluruh media, baik digital maupun cetak. Pemilihan format A4 dan struktur dua kolom mendukung keterbacaan serta memberikan ruang visual yang cukup untuk menyajikan teks dan gambar secara seimbang.

Kehadiran manual book ini berperan penting sebagai sarana komunikasi mendalam antara karya dan audiens, khususnya pengunjung pameran dan dosen penguji. Melalui media ini, proses berpikir, strategi desain, dan pertimbangan fungsional dapat dipahami secara utuh, tidak hanya dari tampilan visual tetapi juga dari konteks dan tujuan perancangan yang mendasarinya. Dengan demikian, manual book menjadi media pelengkap yang tidak hanya bersifat dokumentatif, tetapi juga edukatif dan komunikatif.

d. Preview Sosial Media

Preview sosial media merupakan salah satu media bauran yang dirancang untuk mendukung strategi komunikasi visual Pasar3D di platform digital, khususnya Instagram. Template ini menggunakan format carousel 3:4 yang optimal untuk tampilan mobile, dengan gaya visual yang bersih, hirarki tipografi yang jelas, serta konsisten dengan sistem warna identitas brand. Tujuan utama dari desain ini adalah untuk memfasilitasi pembuatan konten edukatif, promosi aset, serta berbagi insight oleh tim internal maupun kreator komunitas. Dengan hadirnya media ini, Pasar3D dapat membangun keterlibatan dan eksistensi di media sosial secara efektif dan profesional.



Gambar 9. Instagram
(Dirancang oleh : Muhammad Iqbal Fahrezi, 2025)

KESIMPULAN

Kesimpulan

Perancangan antarmuka dan sistem identitas visual Pasar3D merupakan respons terhadap tantangan nyata yang dihadapi kreator 3D lokal di Indonesia, yaitu keterbatasan *platform digital* yang mampu menampung, memasarkan, dan menghidupkan ekosistem kreatif mereka secara utuh. Dalam tugas akhir ini, penulis telah menghadirkan sebuah prototipe *interaktif* dan strategi komunikasi visual yang tidak hanya menjawab kebutuhan fungsional, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap merek melalui pendekatan desain yang menyeluruh.

Melalui metode *Design thinking*, setiap tahap perancangan, mulai dari *empathize* hingga *testing*, menghasilkan solusi yang relevan, adaptif, dan berakar pada kebutuhan pengguna. Prototipe yang dikembangkan menghadirkan alur pengguna untuk dua jalur utama, yaitu klien dan kreator, secara lengkap. Fitur unggulan seperti *marketplace* aset, layanan render otomatis (RenderPal), sistem komunitas, serta proses transaksi berbasis lokal telah dijabarkan dan diuji melalui simulasi prototipe.

Media bauran dan *merchandise* dirancang sebagai ekstensi dari identitas visual *platform*, yang memperluas titik sentuh (*touchpoint*) *brand* ke ranah publik dan komunitas. Meskipun terdapat penyesuaian elemen visual antar media seperti tipografi, warna, dan *Layout*, keseluruhan sistem visual tetap mempertahankan karakter khas Pasar3D, yaitu futuristik, elegan, dan sederhana.

Namun, dalam proses realisasi prototipe, terdapat satu isu penting yang belum optimal: performa dan pengalaman pada fitur pratinjau aset 3D. Meskipun dirancang sebagai bagian integral dari halaman produk, interaksi pengguna terhadap aset 3D masih terbatas secara teknis, terutama pada perangkat dengan performa menengah ke bawah.

Dengan demikian, hasil perancangan ini telah menjawab rumusan masalah yang diajukan, yaitu bagaimana merancang *platform marketplace 3D* yang tidak hanya fungsional secara *UI/UX*, tetapi juga membangun identitas, komunitas, dan kepercayaan. Meskipun demikian, masih terdapat ruang pengembangan untuk tahap implementasi teknis dan ekspansi fitur lebih lanjut.

Saran

Berdasarkan proses perancangan dan evaluasi yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut:

1. Optimalisasi Sistem *Preview Aset 3D*

Pengalaman pengguna terhadap pratinjau aset merupakan salah satu titik krusial dalam *platform* seperti Pasar3D. Untuk mengatasi kendala saat ini, disarankan agar pengembangan teknis ke depan mengintegrasikan sistem berbasis WebGL ringan, seperti Three.js, serta menyediakan fitur *quality switch* otomatis untuk perangkat low-end.

2. Perluasan Validasi *Usability*

Pengujian *usability* pada tahap ini masih berskala terbatas. Dibutuhkan pengujian lanjutan dengan peserta dari beragam latar belakang — termasuk pelajar SMK, mahasiswa, dan profesional kreatif — untuk mendapatkan umpan balik yang lebih representatif terhadap pengalaman pengguna.

3. Pengembangan Komunitas sebagai Fitur Aktif

Fitur komunitas dapat ditingkatkan dari sekadar tautan eksternal menjadi ruang interaksi internal, dengan sistem *forum*, *like*, *badge kreator*, dan modul edukasi ringan. Ini akan memperkuat *sense of belonging* di kalangan pengguna dan membedakan Pasar3D dari *platform* internasional yang minim pendekatan lokal.

4. Penyempurnaan Akses *Mobile*

Mengingat mayoritas pengguna Indonesia mengakses web melalui smartphone, maka pengembangan ke arah aplikasi *mobile native* sangat disarankan. Hal ini akan membuka ruang untuk fitur tambahan seperti notifikasi push, sistem poin, dan interaksi berbasis sentuhan yang lebih optimal.

5. Dokumentasi Teknis & Kolaborasi Pengembangan

Disarankan agar hasil desain ini dikembangkan menjadi sebuah *design system* dan dokumentasi teknis berbasis komponen (Figma Library, Style Guide, API Flow) agar tim pengembang yang akan merealisasikan *platform* dapat melanjutkan proses secara efisien dan konsisten.

Dengan saran-saran tersebut, diharapkan Pasar3D dapat terus berkembang menjadi *platform* yang tidak hanya memfasilitasi transaksi aset digital, tetapi juga menjadi ruang tumbuh bagi komunitas kreator Indonesia, yang terbuka, inklusif, dan berdaya secara ekonomi maupun budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, P. (2024). *The impact of illustrations on user engagement*. *Illustration Design Journal*, 10(1), 34–49.
- Asosiasi Industri Animasi dan Kreatif Indonesia. (2020). *Indonesia animation report 2020*. AINAKI. <https://ainaki.or.id/indonesia-animation-report-2020/>
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harvard Business Press.
- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. D., & Beale, R. (2004). *Human-computer interaction (3rd ed.)*. Pearson Education.
- Doe, J., & Smith, A. (2023). *User flow mapping in e-commerce platforms*. *Journal of Human-Computer Interaction*, 15(2), 123–135.
- Dorsey, P. (2019). *Design thinking for digital applications*. Springer.
- Galitz, W. O. (2007). *The essential guide to user interface design: An introduction to GUI design principles and techniques (3rd ed.)*. Wiley.
- Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond (2nd ed.)*. New Riders.
- Johnson, R., & Henderson, T. (2023). *Optimizing visual hierarchy in digital platforms*. *Journal of Digital Experience Design*, 12(3), 45–60.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology and society (16th ed.)*. Pearson.
- Lee, J., Kim, S., & Choi, M. (2021). *The impact of 3D technology on online consumer behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 102–110.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design (2nd ed.)*. Rockport Publishers.
- Marcus, A. (2018). *The psychology of user interfaces*. Springer.
- Market Research.biz. (2024). *3D animation market size, share & trends forecast 2023–2033*. <https://marketresearch.biz/report/3d-animation-market/>
- Martinez, L. (2023). *The role of spacing in UI design*. *Design & Usability Journal*, 8(4), 78–92.
- Myers, B. A. (1995). *A brief history of human-computer interaction technology*. *ACM Interactions*, 2(1), 44–54.
- Nielsen, J. (2020). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.
- Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). *Interaction design: Beyond human-computer interaction (4th ed.)*. Wiley.
- Sihombing, D. (2003). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Verplank, B. (2009). *Interaction design sketchbook*. MIT Press.
- Wood, D. (2014). *Human-computer interaction*. Springer.