



LOGO MAKER APP USER INTERFACE ANALYSIS

Irfan¹,
Satriadi²,
Jalil³

Keywords :

*user interface; logo maker ;
visual identity.*

Correspondensi Author

¹²³Fakultas Seni dan Desain
Universitas Negeri Makassar
Email: irfanridh@gmail.com
satriadi2@unm.ac.id
jalil@unm.ac.id

History Artikel

Received: 10-10-2022;
Reviewed: 02-11-2022
Revised: 03-11-2022
Accepted: 03-11-2022
Published: 04-11-2022

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha untuk memberikan gambaran kualitas user interface pada aplikasi pembuat logo/ logo maker. Hasil dari analisis ini dapat digunakan untuk menjadi pertimbangan user dalam memilih aplikasi khususnya para pelaku UMKM dalam merancang identitas visual produk-produknya. Analisis user interface yang digunakan ditinjau dari aspek kejelasan (*clarity*), Ringkas (*concisions*), Mudah dikenali (*familiarity*), responsiveness, Konsistensi (*consistency*), estetika (*aesthetics*), efisiensi (*efficiency*), dan pengampunan (*forgiveness*). Hasil analisis menunjukkan bahwa kriteria-kriteria tersebut menunjukkan hasil yang baik, sehingga dua aplikasi tersebut layak digunakan oleh pelaku UMKM dalam membuat logo atau identitas visual lainnya untuk produk mereka.

ABSTRACT

This research seeks to provide an overview of the quality of the user interface in logo maker applications. The results of this analysis can be used to consider users in choosing applications, especially MSME actors in designing the visual identity of their products. The user interface analysis used is reviewed from the aspects of clarity, conciseness, familiarity, responsiveness, consistency, aesthetics, efficiency, and forgiveness. The results of the analysis show that these criteria show good results so that the two applications are suitable for use by UMKM actors in creating logos or other visual identities for their products.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki 65,5 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada 2019. Jumlah itu meningkat 1,98% dibandingkan pada 2018 yang sebanyak 64,2 juta unit (databoks.co.id). Dari data tersebut terlihat bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Namun Wakil Presiden Ma'ruf Amin

mengatakan, saat ini hanya 13 persen pelaku usaha mikro kecil menengah yang sudah memanfaatkan teknologi digital. Jumlah tersebut hanya 8,3 juta dari 64,2 juta para pelaku UKM di Tanah Air (Kompas, 2020). Tentunya data tersebut tidak sejalan dengan pertumbuhan UKM yang kian bertambah tiap tahunnya.

Haahti, et al. (2005) dan Fairouz, et, al. (2010) mengemukakan UMKM dapat

berkembang pesat, jika memiliki pengetahuan. Artinya UMKM memiliki tata kelola usaha yang benar (sistem manajemen), siapa melakukan apa, bagaimana dilakukan, apa SOPnya, bagaimana pengendalian dan evaluasinya, dll. Disamping itu, UMKM harus perangkat teknologi, misalnya menggunakan Website atau aplikasi sebagai media interaksi. Artinya interface atau lapak usaha UMKM adalah digital, ia harus menghadirkan pelayanan konsumen 24 jam penuh untuk menangani kebutuhan konsumen (Saprianto, 2020). Pemanfaatan teknologi saat ini menjadi strategi penting yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 (Dewi, 2020)

Dalam pemasaran suatu produk, brand/ merek memiliki peran penting. mendefinisikan brand atau merek sebagai suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual atau sekelompok penjual untuk membedakannya dari kompetitor lain. Selain itu, merek dapat memberikan kesan positif dalam membangun brand identity, menciptakan loyalitas pelanggan dan meluaskan jaringan pemasaran (Yudianita et al., 2020). Salah satu kendala yang dihadapi oleh UMKM adalah tidak memiliki brand/ merk yang tentunya dapat meningkatkan citra produknya yang kemudian akan berdampak pada peningkatan kualitas pemasaran. Beberapa hasil survey menunjukkan bahwa Sebagian besar produk UMKM belum memiliki citra yang kuat karena belum memiliki brand identity. Rata-rata pemilik produk seperti itu merasa cukup dengan kemasan yang sederhana. Salah satu factor yang menyebabkan karena untuk

mengurangi biaya produksi. Padahal dengan brand identity, dapat memperkuat diferensiasi, gagasan dan big idea dalam sebuah brand. Brand identity mengambil berbagai elemen yang berbeda dan menyatukannya ke dalam seluruh sistem. Brand identity dapat membuat target audience lebih memilih produk tertentu karena brand bisa menunjukkan sebuah profesionalitas pada suatu produk (Yudianita et al., 2020).

Di era digitalisasi sekarang, membuat brand identity bukan lagi suatu hal yang sulit, karena banyak aplikasi-aplikasi pembuat brand atau logo bahkan lengkap dengan media-media pendukungnya dalam bentuk mockup. Beberapa diantaranya dapat diakses melalui PC atau Android yang memiliki desain interface yang berbeda-beda. Setiap teknologi informasi mempunyai interface yang dapat menjadi penghubung antara pengguna dan teknologi itu sendiri. Pembentukan interface dipengaruhi oleh kebutuhan, dan teknologi informasi mempunyai desain interface yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan penggunanya (Fitri et al., 2020)

Menurut Marcus dkk (2007) Interaksi Manusia dan Komputer adalah suatu ilmu yang didalamnya mempelajari tentang desain, bagaimana mengevaluasi serta membuat interaksi antara manusia dan komputer. Dengan adanya user interface pekerjaan manusia dapat terbantu dengan baik Untuk menciptakan user interface yang baik ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar user interface tersebut dapat dipakai dan dipahami oleh penggunanya yang salah satunya adalah user friendly (Susila, 2020).

Penjelasan di atas merupakan sebuah uraian mengenai kondisi UMKM yang kian

tumbuh dari waktu ke waktu namun tidak disertai dengan pemanfaatan teknologi. Termasuk didalamnya upaya untuk memperkenalkan produk dengan brand identity yang kuat. Aplikasi-aplikasi pembuat logo kini dapat diakses dimanapun dan kapan pun. Tentunya ini dapat mempermudah owner untuk membuat brand identity produknya sesuai dengan keinginannya. Penelitian ini berusaha untuk menganalisis aplikasi-aplikasi tersebut, dengan harapan hasil penelitian ini kelak dapat membantu merekomendasikan aplikasi yang dapat dengan mudah diakses oleh mereka-mereka yang membutuhkan.

METODE

Studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian dalam pendekatan deskriptif kualitatif yang menelaah sebuah “kasus” tertentu dalam konteks atau setting kehidupan nyata kontemporer (Creswell, dalam Rochmawati, 2019). Dalam penelitian ini dipilih jenis penelitian sesuai dengan tujuan yaitu studi kasus berupa instrument tunggal yang berfokus pada satu persoalan tertentu. Adapun aspek-aspek yang akan menjadi focus analisis user interface yaitu kejelasan (clarity), Ringkas (concisions), Mudah dikenali (familiarity), responsiveness, Konsistensi (consistency), estetika (aesthetics), efisiensi (efficiency), dan pengampunan (forgiveness) (Dmitry Fadeyev, 2011).

Penentuan objek kajian dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu metode nonprobability sampling yang unsur-unsurnya ditentukan dari target populasi berdasarkan kecocokannya dengan tujuan penelitian serta kriteria inklusi dan eksklusi tertentu analisis

data. Adapun aplikasi logo maker yang menjadi sampling dalam penelitian ini adalah *Logolab: Logo Creator & Maker* dan *Designevo*. Salah satu alasan pemilihan aplikasi ini karena jumlah downloader di atas 1 juta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi aplikasi



Gambar 1. Tampilan logo aplikasi LogoLab

LogoLab (atau LogoLab: Logo Creator & Maker) merupakan aplikasi pembuat logo instan dan cepat yang eksklusif tersedia pada Apple Store. Fitur utama yang ditonjolkan oleh para kreator dari LogoLab adalah terdapat lebih dari 100 template dari desainer profesional yang dapat dengan bebas dipersonalisasi oleh para pengguna, fill cepat multiwarna ke setiap bagian logo dengan grup warna default, kumpulan material desain yang tersedia dalam jumlah masif seperti font, ikon, warna, serta lainnya, dan juga opsi membuat logo instan hanya dengan beberapa langkah mudah. Opsi penyimpanan meliputi output HD, dan VI output (PNG, JPG, etc).



Gambar 2. Tampilan logo aplikasi DesignEvo

DesignEvo, merupakan sebuah platform / aplikasi yang menyediakan banyak logo dari berbagai bidang, baik itu tentang hewan, seni, transportasi, teknologi, dan masih banyak lagi. Software ini menyediakan 7000+ template logo, ratusan font dan ribuan icon, Fully Customizable (dapat dicustom sesuai keinginan), dapat digunakan secara gratis, Vector Files (menyediakan file SVG dan PDF untuk menghasilkan kualitas logo yang baik), Cloud-Based Saving (dapat menyimpannya di platform DesignEvo dan dapat mengeditnya kapan pun).

Table Analisis User Interface

No	Kriteria yang dianalisis	Aplikasi logo maker	
		Logolab: Logo Creator & Maker	Designevo
1	Kejelasan (Clarity)	Dari aspek antarmuka aplikasi ini tergolong telah memenuhi aspek clarity. Di halaman utama, pengguna telah disediakan berbagai template logo sesuai kategori yang dapat di edit secara langsung (free), dan juga template berbayar (dengan simbol pro). Setiap logo terpajang secara jelas dan telah dikategorikan sesuai brand yang para pengguna ingin gunakan. Fitur see all memungkinkan pengguna untuk menjelajahi lebih banyak varian logo yang disediakan.	Awal memasuki aplikasi kita akan disuguhkan kategori template logo yang akan dipilih untuk disesuaikan dengan jenis logo yang sekiranya akan dibuat. Adapun setelah memilih template logo, dari segi tampilan tools, dirancang sangat jelas dari pilihan template logo, input text, Shape, icons, Background, menu pemilihan warna, Preview, menu save dan download. Tools zoom out dan zoom in di sisi bawah, beserta beberapa tools yang umum pada aplikasi logo pun sangat mudah ditemukan dalam aplikasi ini.
2	Ringkas (Concisions)	Untuk sistem navigasi, menu yang didesain dengan simple dan ringkas, karena sebagian besar menu dan opsi telah tersedia di halaman utama aplikasi. Menu halaman utama terdapat opsi fast custom, dan my logos. Sudut kanan terdapat ikon 'shop' untuk berlangganan. Pada menu settings	Penjelasan terkait tools pada aplikasi DesignEVO ini cukup ringkas dan langsung mudah dipahami, sebab setiap tools yang akan dipilih mengguakan cursor secara langsung akan menampilkan informasi / keterangan dari tools dalam kalimat singkat.

		disudut kiri tersedia tombol opsi untuk berlangganan, kontak creator, bantuan, dan share. Disediakan juga beberapa halaman media sosial resmi LogoLab.	
3	Mudah Dikenali (<i>Familiarity</i>)	Aspek familiarity sudah terpenuhi pada aplikasi LogoLab, pada halaman awal terdapat ilustrasi yang menggambarkan kelebihan aplikasi, serta tombol Fast custom adalah yang paling stand-out. Desain halaman awal yang penuh dengan logo siap edit menambah ciri khas yang mudah dikenali oleh para pengguna.	DesignEVO memberikan kemudahan untuk dipahami ketika akan memilih template maupun toolsnya, hal itu dikarenakan penggambaran icon yang sederhana juga adanya keterangan singkat dari beberapa icon yang tentunya akan membantu user
4	<i>Responsiveness</i>	Aplikasi ini memiliki respons yang baik terhadap pengguna (user), semua navigasi mengarahkan pengguna dengan cepat ke halaman/aplikasi yang dituju.	Penggunaan tools DesignEVO dapat dikatakan cukup lancar. Adapun bila terjadi loading, maka akan ditampilkan logo ataupun keterangan loading dari aplikasi ini yang durasinya tidak berlangsung dalam jangka waktu lama.
5	Konsistensi (<i>Consistency</i>)	Dari desain tampilannya, tampilan dari aplikasi LogoLab sangat konsisten. Dimana penggunaan font sans serif dengan kesan modern dan simpel yang selaras di semua halaman menghasilkan keterbacaan yang baik. Perpaduan warna (biru) pada tombol navigasi yang juga senada pada setiap halaman.	Penggunaan icon-nya terbilang konsisten. Meskipun terdapat beberapa icon yang interface-nya berubah, kita bisa tahu bahwa kegunaan dari icon tersebut dikarenakan adanya bantuan keterangan dari tiap icon yang tersedia
6	Estetika (<i>Aesthetics</i>)	Dengan mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir setiap aspek dirancang agar lebih mudah dalam penggunaannya, aspek estetika LogoLab sudah tergolong baik,. Aplikasi ini menerapkan gaya minimalis office style dan to-the-point, dengan tujuan mempermudah pengguna aplikasi. Perpaduan warna pastel, font, navigasi	DesignEVO dari segi Estetika sudah cukup menarik, meskipun desain yang menarik hanya ditampilkan diawal halaman, sepertinya tidak terlalu mempengaruhi. sayangnya hal itu hanya berlaku pada tampilan platform/aplikasi ini bila ditinjau dari PC. Berbanding terbalik dengan tampilannya bila di akses melalui Smartphone yang tidak

		<p>memberikan estetika modern, walaupun demikian, secara visual tidak ada nilai estetika yang terlalu stand-out apabila disandingkan dengan aplikasi pembuat logo lainnya, karena sebagian besar menerapkan gaya desain yang sama</p>	<p>menggunakan warna yang sama, sehingga terlihat tidak menarik dan tidak menanamkan ingatan akan aplikasi ini.</p>
7	<p>Efisiensi (<i>Efficiency</i>)</p>	<p>Penggunaan LogoLab ini cukup efisien. Kategorisasi logo memudahkan pengguna dalam memilih jenis logo yang sesuai dengan brand yang diinginkan. Hal ini juga bisa dilihat pada saat pengeditan logo. Tools editing logo dirancang sedemikian rupa agar pengguna dapat dengan mudah melakukan personalisasi hanya dengan menggeser elemen desain yang ingin diterapkan.</p>	<p>Memiliki plus minus antara platform via PC dan juga aplikasi via Smartphone. Bila ditinjau via PC, nilai plusnya adalah semua akses untuk menu-nya tidak ada hambatan dan sangat dipermudah, untuk bagian minusnya yang ditemukan ialah mengalami keterhambatan saat hendak menyimpan file Logo, sebab diberikan opsi untuk melakukan penyimpanan gratis atau yang premium dan hal itu harus melalui beberapa step untuk akhirnya dapat disimpan, adapun resolusinya tidak cukup baik bila menerapkan yang gratis dibanding yang premium. Bila ditinjau via Smartphone, nilai plusnya adalah berkebalikan dengan yang di PC. Dari segi penyimpanan file sangat dipermudah meskipun gratis, namun untuk pilihan template logo tentu tidak tersedia sebanyak yang di PC jadi untuk mendapatkan yang lebih banyak template tentu harus mendownload premium terlebih dahulu.</p>
8	<p>Pengampunan (<i>Forgiveness</i>)</p>	<p>Aplikasi Logolab sudah menerapkan aspek ini, walaupun hanya dengan menyediakan tombol 'Help' pada halaman navigasi, yang berfungsi untuk membantu pengguna yang mengalami kesulitan dengan aplikasi ini.</p>	<p>Sangat memudahkan user untuk berkreasi dalam proses membuat logonya dikarenakan adanya fitur ini dan diletakkan beserta keterangannya agar mudah dipahami fungsinya.</p>

Beberapa kekurangan yang ditemukan:

1. Versi free hanya menawarkan beberapa logo yang dapat di edit, serta resolusi yang cukup rendah jika disimpan.
2. Tampilan UI tidak terlalu berbeda dengan aplikasi pembuat logo kebanyakan, sehingga membuatnya kurang *stand-out*.
3. Fitur rotasi aplikasi tidak berfungsi saat digunakan pada iPad.
4. Dark mode tidak mengikuti sistem *smartphone* dan hanya berfungsi saat dalam mode editing.
5. Konten dari halaman 'Help' terlihat berantakan.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai analisis User interface aplikasi pembuat logo atau logo maker. Dalam hal ini ada dua aplikasi yang dianalisa yaitu Logolab: Logo Creator & Maker dan DesignEvo. Hasil analisis dari kedua aplikasi tersebut menunjukkan bahwa kriteria-kriteria yang dianalisis baik: *clarity, concisions, familiarity, responsiveness, consistency, aesthetics, efficiency, dan forgiveness*. Namun dari beberapa bagian ditemukan kekurangan yaitu versi yang digunakan Free atau Premium. Tentunya versi premium lebih luas fitur dan explore di dalamnya. Meskipun begitu dua aplikasi tersebut sangat cocok digunakan untuk membantu membuat logo ataupun identitas visual lainnya khususnya bagi para pelaku UMKM.

Daftar Pustaka

- Dewi, C. M. (2020). Pemanfaatan Teknologi bagi Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Mozaik*, 12(2), 11–19. e-issn: 2614-8390.
- Fitri, S. V. N., Juwita, O., & Dharmawan, T. (2020). Analisis User Interface Terhadap Website Akta Online Banyuwangi Menggunakan Metode Heuristic Evaluation. *INFORMAL: Informatics Journal*, 4(3), 103. <https://doi.org/10.19184/isj.v4i3.1259>.
- Rochmawati, I. (2019). Iwearup.Com User Interface Analysis. *Visualita*, 7(2), 31–44. <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.145>.
- Saprianto, F. (2020). Dilematis Umkm Di Era Digital. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 21–30. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.122>.
- Susila, C. B. (2020). Analisis User Interface Pada Website Stainu Pacitan Menggunakan Metode Eight Golden Rules. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 10(1), 26. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/qua/article/view/916>.
- Yudianita, T., Bangun, D. A. N., & Maheni, M. T. (2020). Perancangan Visual Brand Identity Umkm. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1, 81–91.