

**PERANCANGAN UI (USER INTERFACE) COMPANY PROFILE BERBASIS  
APLIKASI ANDROID SEBAGAI MEDIA PENGENALAN PT. MACHARA KONSTRUKSITAMA**

**Angga Yarfi Gustian Puspa**

E-Mail : [anggayarfigustian@gmail.com](mailto:anggayarfigustian@gmail.com)

**Artyasto Jatisidi**

E-Mail : [me@artyasto.com](mailto:me@artyasto.com)

**Program Studi Ilmu Komunikasi – Universitas Budi Luhur**

**ABSTRACT**

**“DESIGN OF UI (USER INTERFACE) COMPANY PROFILE BASED ON ANDROID  
APPLICATIONS AS MEDIA INTRODUCTION OF PT. MACHARA KONSTRUKSITAMA”**

*Today the construction industry in Indonesia is growing so rapidly, the high competition between construction service companies in the midst of globalization and the advancement of information technology in this millennial generation era, makes construction companies must be able to adapt, innovate and move quickly to face global challenges, this company is a major client company / government agency that requires construction services and this company wants to expand its wings by reaching out to millennials who are the first to want to build houses left but confused in its implementation and planning, the absence of a "mobile" media profile that can be accessed anytime and anywhere becomes a constraint for the company. Considering the rapid development of technology, especially in the era of information disclosure, companies are demanded to move quickly in accordance with the conditions of today's society which is very high mobility, for that media profile is needed that can be accessed anytime and anywhere, without being obstructed by space and time. Data collection techniques are through observation, interviews with employees or directors of the company, data is also obtained through library research, search of previous research results, news articles, and other supporting information that can be used as a foundation for the work to be designed, both in print and online media. The conclusion of this final is to make it easier for prospective clients to find out and get to know about the company through a company profile based on an android application, anytime and anywhere. so as to make consideration of prospective clients or clients in using the services of construction companies.*

**Keywords: Construction services, applications, mobile, user interface, company profile**

## Pendahuluan

Dewasa ini industri konstruksi di Indonesia berkembang begitu pesat, seiring dengan kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan dan perkembangan ekonomi. Peningkatan laju pembangunan di Indonesia pada saat ini menempati posisi ketiga sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia sepanjang 2016, dengan kontribusi 0,51 persen setelah sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Indonesia pada tahun 2016 tumbuh sebesar 5,02 persen, lebih tinggi dibandingkan tahun 2015 yang mencapai 4,88 persen. Pembangunan infrastruktur juga telah menyerap banyak tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar.<sup>1</sup>

Tingginya persaingan perusahaan konstruksi di tengah arus globalisasi, membuat perusahaan konstruksi harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan Inovasi jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area informasi dan pemasaran. Untuk itu dibutuhkan media profil sebagai sarana informasi yang bertujuan agar khalayak dan calon client dapat mengetahui tentang perusahaan dan juga portofolio tentang project yang pernah dihasilkan maupun yang project yang sedang dikerjakan oleh perusahaan. Sehingga dapat menjadikan bahan pertimbangan dari calon client dalam memakai jasa perusahaan konstruksi.

Dalam menunjang keberlangsungan Perusahaan tentu diperlukan sebuah identitas yang kuat untuk mempertahankan eksistensi perusahaan itu sendiri. Maka diperlukan sebuah media profil yang berperan sebagai sesuatu identitas sekaligus

media pengenalan Perusahaan. Salah satu media *profile* yang umumnya dimiliki sebuah perusahaan ialah *company profile*.

PT Machara Konstruktama sebelumnya telah memiliki *company profile* berbentuk Buku, yang pada saat presentasi bidding/tender proyek selalu disertakan, dan pada saat calon client / client berkunjung ke kantor PT Machara Konstruktama, buku *company profile* diberikan ke calon client / client sebagai referensi. Hanya saja dalam prakteknya terkadang buku *company profile* tidak dapat dibagikan dengan merata, dikarenakan buku yang dicetak terbatas, dan juga terkadang calon *client / client* enggan membawa pulang buku tersebut, hanya membaca sekilas saja, dikarenakan buku tersebut cukup tebal dan agak sulit dibawa jika calon *client / client* tidak mempersiapkan ransel sebelumnya.

Untuk itu dibutuhkan media *company profile* yang fleksibel dan dapat merangkum isi dari *company profile*, untuk itu pencipta memilih media *company profile* berbasis aplikasi android, dikarenakan dapat diakses kapan saja dan dimana saja dalam memperoleh informasi tentang perusahaan dan juga interaktif penggunaannya, pengguna hanya cukup sekali unduh di *playstore*.

## Tujuan Karya

Merancang *Company Profile* berbasis aplikasi *mobile* yang Kreatif, dan menarik dengan memperhatikan UI (*User Interface*) berupa Layout, Typografi, Warna, serta animasi transisi dan juga konten yang informatif. Memberikan informasi tentang PT. Machara Konstruktama berupa jasa yang ditawarkan kepada konsumen, serta menyampaikan USP (*Uniqe Selling point*) yang menjadi pembeda dari pesaingnya. Dan

---

<sup>1</sup><https://properti.kompas.com/read/2017/02/10/220000321/sektor.konstruksi.penyumbang.ketiga.pertumbuhan.ekonomi.nasional>

Sebagai sarana media informasi dan pengenalan oleh perusahaan PT. Machara Konstruksitama

### **Teori Komunikasi**

Kata Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama, istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata Latin lain yang mirip seperti *community* yang berarti kebersamaan. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu orang kepada orang lainnya baik melalui media ataupun secara langsung.<sup>2</sup> Fungsi komunikasi pada umumnya akan membuat khalayak mendapat respons, baik itu bersifat positif ataupun negatif, Komunikasi pastilah mempunyai banyak fungsi diantaranya ialah Menginformasikan (*to inform*), Mendidik (*to educate*), Menghibur (*to entertain*), Mempengaruhi (*to Influence*).<sup>3</sup>

### **Komunikasi Visual**

Setiap hari kita sering berjumpa, bahkan berinteraksi dengan bentuk visual baik melalui media online seperti website, ataupun aplikasi pada smartphone, maupun tampilan iklan pada billboard di pinggir jalan dan lain sebagainya.

Jenis Komunikasi ini mempergunakan mata sebagai alat indera penglihatan. Komunikasi Visual adalah komunikasi yang menggunakan Bahasa visual, dimana unsur dasar Bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah

segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai menyampaikan arti, makna, atau pesan.<sup>4</sup>

### **Company Profile**

*Company profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya<sup>5</sup>

### **Persepsi Visual**

Gestalt merupakan istilah psikologi yang berarti “kesatuan yang utuh”. Teori gestalt menjelaskan proses penyatuan dan pengorganisasian komponen-komponen yang berbeda sehingga membentuk visual atau pola yang memiliki unsur kemiripan dan menjadi satu kesatuan. Hal ini mengacu pada teori persepsi visual yang dikembangkan psikolog Jerman pada tahun 1920.

Teori Gestalt sering dipakai dalam proses desain dan cabang seni rupa lainnya. Ini karena teori tersebut banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual terbentuk karena: kesamaan (*similarity*), Kesenambungan Pola (*continuity* penutupan bentuk (*closure*), kedekatan posisi (*proximity*), Gambar (*Figure*).<sup>6</sup> Dalam membuat UI yang baik pencipta menerapkan persepsi visual dalam perancangan UI aplikasi *company profile* PT Machara Konstruksitama

---

<sup>2</sup> Deddy Mulyana, 2008, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, Hal 46.

<sup>3</sup> Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti Hal 55

<sup>4</sup> Lia Anggraini S., Kirana Nathalia, 2014, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*, Bandung, Nuansa Cendekia, hal 15

<sup>5</sup> Jubilee Enterprise, 2015, *Membuat Company Profile dengan WordPress*, Jakarta, Elex Media Komputindo, Hal 32

<sup>6</sup> *Op.cit* Lia Anggraini S., Kirana Nathalia, hal 17

## Layout

Secara umum Layout merupakan tata letak ruang atau bidang yang dapat kita lihat pada majalah, iklan televisi, website, bahkan susunan furnitur dari sebuah ruangan, dalam desain komunikasi visual layout merupakan salah satu hal yang utama, sebuah desain yang baik harus memiliki layout yang terpadu, dalam membuat layout hal yang pertama yang harus diperhatikan ialah konten. dengan mengetahui konten kita dapat membuat kerangka dasar dari elemen tersebut.<sup>7</sup>

## Ilustrasi

Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni tertentu<sup>8</sup>

## Warna

Warna merupakan bagian yang sering kita lihat melalui indera mata dalam kehidupan sehari-hari. Warna sendiri dapat di definisikan secara obyektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif dan psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.

Secara obyektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang

elektromagnetik. Warna merupakan sebuah unsur yang sangat penting dalam desain, karena dengan warna suatu karya desain akan mempunyai arti atau nilai lebih (*added value*)

## Teori Interaksi Manusia dan Komputer

Pengertian Human Computer Interaction atau interaksi manusia dan komputer secara umum adalah ilmu yang mempelajari suatu interaksi yang terjadi antara manusia dan komputer. Antara manusia dengan manusia dapat terjadi suatu interaksi, yang beragam cara berinteraksinya, salah satunya yakni dengan cara berdialog, menggunakan suatu bahasa yang di kenal antar manusia atau melalui symbol-simbol yang diciptakan oleh manusia itu sendiri. Sedangkan interaksi antara manusia dengan komputer dapat berdialog atau berinteraksi dengan menggunakan tampilan antarmuka pengguna atau *user interface*.

## UI (User Interface)

*User interface* (UI) atau antarmuka pemakai merupakan bagian dari komputer dan perangkat lunaknya yang dapat dilihat, didengar, disentuh, dan diajak bicara, baik secara langsung maupun dengan proses pemahaman tertentu.

*User interface* yang baik adalah *user interface* yang tidak disadari, dan *user interface* yang memungkinkan pengguna fokus pada informasi dan task tanpa perlu mengetahui mekanisme untuk menampilkan informasi dan melakukan *task* tersebut. Dan pengguna dapat mengeti dengan mudah tanpa perlu berfikir proses nya.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Suriyanto Rustan, S.sn. Layout Dasar dan Penerapannya edisi 2008, Gramedia Pustaka, Hal 76

<sup>8</sup> Peran dan Perkembangan Ilustrasi, Jurnal humaniora vol.3 hal 661 – 662

<sup>9</sup>[https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/521/jbptuni\\_kompp-gdl-istiqomahn-26045-6-12.bab-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/521/jbptuni_kompp-gdl-istiqomahn-26045-6-12.bab-i.pdf), diunduh pada tgl 29 juli 2019 pkl 21:00

## Metode Penciptaan Karya

Karya visual yang akan pencipta buat adalah karya Multimedia Interaktif berbasis aplikasi android yang bertujuan memberikan informasi umum mengenai perusahaan kepada calon *client / client* pengguna jasa konstruksi itu sendiri, dalam hal ini pencipta membuat desain UI (user interface) pada aplikasi yang dalam tahap awal pengerjaan desainnya dimulai dari gambar manual sketsa kasar tentang navigasi, konten, dan juga layout sampai dengan tahap implementasi karya yaitu penerapan dari sketsa ke dalam grafis komputer pengerjaannya melalui software Adobe Adobe Photoshop.

## Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi sebuah data dalam proses penciptaan karya desain UI (User Interface) Pencipta memerlukan data pendukung sebagai latar belakang untuk memperkuat konsep pada karya ini. Dan pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut :

### a) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data melalalui observasi studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah, metode kepustakaan juga merupakan teknik observasi secara tidak langsung. Dengan metode ini pencipta berusaha mencari karya karya terdahulu yang mempunyai relevansi dengan karya yang pencipta buat, sehingga nantinya diharapkan karya yang dihasilkan lebih baik dari karya sebelumnya.

### b) Wawancara

Pencipta juga melakukan wawancara dengan pihak direktur maupun karyawan perusahaan yang bertujuan menganalisa masalah yang terkait dengan media company profile pada perusahaan jasa konstruksi PT. Machara Konstruksitama. yang nantinya

diterapkan Aplikasi berbasis android, Pencipta mengharapkan dengan cara ini

dapat memahami keinginan perusahaan, bagaimana cara yang baik untuk mengenalkan jasa konstruksi PT Machara Konstruksitama kepada calon client melalui new media berbentuk aplikasi android.



*Proses wawancara dengan Head of Mechanical Engineer and Marketing PT Machara Konstruksitama, Bapak Hengky.*

### c) Observasi

Observasi dilakukan oleh pencipta untuk memperhatikan Layout-layout UI (User Interface) pada aplikasi yang ada di playstore maupun aplikasi dalam karya tugas akhir mahasiswa sebelumnya, hal ini pencipta lakukan sebagai refensi dalam membuat sebuah inovasi penciptaan karya.

## Manfaat Karya

Selain karena permintaan perusahaan dalam pembuatan Aplikasi Mobile Company Profile , adapun manfaat karya yang pencipta lihat ialah biaya relatif lebih murah dalam hal life cycle biaya produksinya dibandingkan dengan media cetak seperti booklet, Flyer dan lainnya, dan juga lebih hemat kertas sehingga perusahaan turut andil dalam gerakan selamatkan bumi.

## Target Audience

Segmentasi Psikografi, Perusahaan Swasta maupun Instansi Pemerintah yang membutuhkan jasa konstruksi dalam membangun fasilitas perusahaan untuk operasional karyawan maupun fasilitas umum pada pemerintahan untuk masyarakat, Untuk Perusahaan jasa konstruksi yang mengerjakan project namun kekurangan tenaga ahli atau sumber daya manusia (sdm) dalam pelaksanaannya. untuk pertama kalinya dan dengan menggunakan jasa konstruksi baik dalam desainnya maupun pelaksanaannya., Pengguna aktif perangkat mobile berupa smartphone berbasis sistem operasi android, Terbiasa menggunakan gadget, internet dan media sosial. Segmentasi Demografi Jenis Kelamin Pria dan Wanita Usia 20 s/d 55, Pekerjaan Karyawan dan Pengusaha

## Tahapan Produksi

Pra Produksi : Pada tahap ini pencipta melakukan persiapan dalam pembuatan company profile berbasis android, adapun yang pencipta lakukan ialah dengan studi literatur tentang UI, observasi (Research Design UI), wawancara karyawan dan direksi PT Machara Konstruksitama dan mendengarkan apa yang perusahaan butuhkan (Client Brief), dan User Work Flow dan Sketsa Kasar UI ialah merupakan tahap pra produksi dimana pencipta membuat sketsa kasar tentang alur pengguna dalam mengakses aplikasi PT Machara Konstruksitama dan juga tampilan visual antar muka pengguna / UI (user interface).

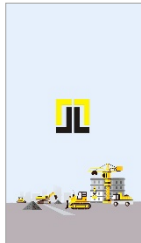
Produksi : Setelah sketsa kasar dan user workflow telah dibuat maka pencipta masuk ketahap komputerisasi Design UI, dalam tahap ini pencipta menggunakan Adobe Photoshop untuk membuat Design UI nya yang terdiri dari icon, ilustrasi gambar dan layout pada Design UI, setelah jadi

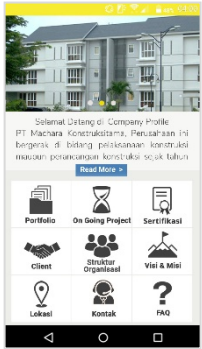
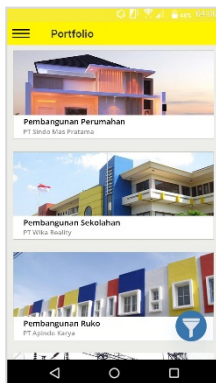
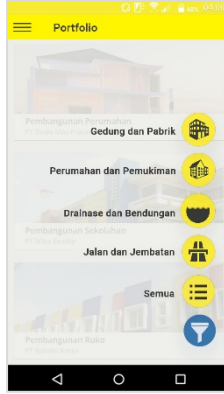
visualisasinya kemudian pencipta melakukan pembuatan interaksi design / prototype dengan menggunakan software Adobe XD, adapun tujuan dari pembuatan prototype interaksi design ini ialah agar developer dapat mengetahui dan merasakan aplikasi yang akan di programkan oleh developer.

Pasca Produksi: Pasca Produksi merupakan tahap akhir dari Produksi Design UI dimana Design UI yang telah dikerjakan oleh pencipta kemudian di serahkan ke Developer IT untuk kemudian di programing aplikasinya dan kemudian dipublikasikan di *Playstore* oleh *Developer IT*.

## Pembahasan Karya

Setelah melewati berbagai tahapan yaitu mulai dari tahapan pra produksi, produksi dan sampai dengan tahapan pasca produksi, karya Desain UI (User Interface) Company Profile berbasis Aplikasi Android telah siap untuk diintegrasikan ke developer dan siap untuk dipublikasikan kedalam Playstore, yang mana digunakan sebagai media informasi yang interaktif dan responsif, agar calon client dapat melihat dan memahami konten dari company profile berbasis aplikasi android ini. Pencipta berusaha dan mencoba membuat sebuah tabel penjelasan mengenai karya yang telah dibuat, adapun tabel pembahasan karya ini sebagai berikut :

| Tampilan UI  | Deskripsi  |
|--|--|
| <p><i>Splash Screen</i></p>  | <p>Pencipta memakai Style Flat Design sebagai tampilan utamanya pada laman splashscren ini, Dan pencipta menerapkan Prinsip Perancangan UI yakni <i>Simplicity</i> dan <i>Responsiveness</i></p> |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  | <p>ada pun tujuannya ialah agar waktu memuat aplikasi / Loading lebih cepat, sehingga pengguna / User tidak terlalu lama menunggu proses berjalannya aplikasi dan untuk menambahkan identitas perusahaan pencipta memakai ilustrasi logo dan ilustrasi 2D peralatan konstruksi.</p>   |  | <p>visi dan misi, lokasi, kontak, FAQ, tujuannya agar pengguna dapat dengan mudah memahami tentang icon yang ditampilkan.</p>   |
| <p><b>Menu Dashboard</b></p>  | <p>Pencipta menerapkan Prinsip Perancangan UI Product compatibility hal ini terlihat dari tampilan pada menu navigasi yang menampilkan tentang apa yang dikerjakan oleh perusahaan dan juga detail perusahaan lainnya. Pencipta menerapkan prinsip Pesepsi Visual dalam Perancangan UI <i>Simplicity</i> dan <i>Familiarity</i> ini terlihat pada ilustrasi pada icon button berupa portfolio, on going project, sertifikasi, client, struktur organisasi, visi misi,</p> | <p><b>Portfolio</b></p>  <p><b>Filter Porfolio</b></p>  | <p>Tujuan pencipta membuat Portfolio ialah menginformasikan tentang project apa saja yang telah berhasil diselesaikan oleh perusahaan PT Machara Konstruktama, maupun yang sedang saat ini yang dikerjakan oleh PT Machara konstruktama.</p> <p>Pencipta menggunakan warna kuning dan biru sebagai identitas visual dari perusahaan dan juga pencipta menerapkan keseimbangan simetris dalam perancangan ini terlihat dari pembagian kolom yang sama sehingga terkesan formal dan rapih</p> |

## Analisis Kerja

*Strength* (Kekuatan) Kekuatan atau kelebihan yang dimiliki company profile ini adalah ialah dari medianya berupa perangkat mobile *smartphone* android yang memudahkan pengguna yakni calon *client* ataupun *client* dalam mengakses informasi seputar PT Machara Konstruksitama kapan pun dan dimana pun, tanpa terbatas tempat dan waktu (flexibel),

*Weakness* (kelemahan) Ukuran file cukup besar berkisar 40 mb, dan butuh kuota internet untuk download, dan juga konten yang terdapat didalamnya cukup ringkas tidak terlalu mendetail untuk ukuran company profile, dan hanya dapat berjalan di platform android.

*Opportunity* (kesempatan), Company profile PT Machara Konstruksitama ini juga dapat bermanfaat sebagai media informasi maupun bahan pertimbangan dalam menjalin kerjasama.

*Threat* (hambatan) Adapun hambatannya ialah pencipta harus memahami betul struktur kerja pada aplikasi dan juga pencipta tidak mengerti bahasa pemrograman, sehingga desain UI yang pencipta buat tidak dapat diterapkan sepenuhnya

## Media Promosi

Pencipta membuat karya pendukung promosi berupa roll up banner, hal itu dilakukan agar setiap pengunjung client dan calon client yang berkunjung ke kantor ataupun berkunjung di booth pada saat pameran jasa konstruksi dapat mengetahui tentang company profile dalam bentuk aplikasi mobile.

## Kesimpulan

Dalam proses produksi perlu diperhatikan pada tahap pra produksi, pencipta diharapkan mampu untuk memahami latar belakang

permasalahan suatu perusahaan, dikarenakan hal tersebut yang akhirnya akan mendasari terbentuknya sebuah karya yang diharapkan dapat menjadi solusi dari sebuah masalah.

Pada tahap produksi pencipta diharapkan mampu membuat tampilan Aplikasi Mobile (*user interface*) yang fungsional, efektif, sekaligus juga memiliki tampilan yang bagus. ilmu dasar yang perlu pencipta ketahui untuk bisa mendesain UI (*user interface*) adalah desain komunikasi visual dan Teori interaksi manusia dan komputer.

Tujuan adanya persepsi visual dalam desain UI adalah untuk menciptakan suatu harmoni dan mencapai satu kesatuan. Elemen-elemen Desain UI yang dimaksud adalah logo, *icon*, body teks, dan foto yang ada dalam suatu laman aplikasi. Akan tetapi, pencipta juga harus memahami hal-hal dasar tentang workflow aplikasi, dan jenis layout aplikasi android agar memudahkan dalam pengintegrasian Desain UI ke developer android.

## Daftar Pustaka

Surianto Rustan, S.sn. Layout Dasar dan Penerapannya edisi 2008, Gramedia Pustaka.

Effendy, Onong Uchjana, 2003, Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.

Lia Anggraini S., Kirana Nathalia, 2014, Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula, Bandung, Nuansa Cendekia.

Jubilee Enterprise, 2015, Membuat Company Profile dengan WordPress, Jakarta, Elex Media Komputindo.

## Online

[https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/521/jbp\\_tunikompp-gdl-istiqomahn-26045-6-12.bab-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/521/jbp_tunikompp-gdl-istiqomahn-26045-6-12.bab-i.pdf)