

## PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE* APLIKASI TIKET BDGCOM.UNITY MENGGUNAKAN METODE *USER CENTERED* *DESIGN*

Bayu Oka Pratama<sup>1</sup>, Fajar Persada Supandi<sup>2</sup>, D.O.D Ridwan Gucci<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Widyatama, Jl. Cikutra No.204A, Bandung, Jawa Barat 40125

<sup>3</sup>Teknik Industri, Institut Teknologi Batam, Jl. Gajah Mada, Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425

Email: [1020101026@widyatama.ac.id](mailto:1020101026@widyatama.ac.id)<sup>1</sup>, [fajar.persada@widyatama.ac.id](mailto:fajar.persada@widyatama.ac.id)<sup>2</sup>, [dindaokta@iteba.ac.id](mailto:dindaokta@iteba.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak:

Bdgcom.unity (*Bandung Communication and Community*) adalah perusahaan *event organizer* di bawah CV. Ruang Komunika Kreasi, Bandung. Permasalahan utama yang dihadapi adalah proses pembelian tiket konvensional serta antarmuka aplikasi tiket yang membingungkan pengguna. Penelitian ini bertujuan merancang desain *User Interface* (UI) aplikasi tiket berbasis *mobile* yang komunikatif, intuitif, dan sesuai kebutuhan pengguna. Metode yang digunakan adalah *User Centered Design* (UCD) dengan tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, menggunakan Figma sebagai perangkat desain utama. Hasil perancangan mencakup *user flow*, *wireframe*, sistem warna berbasis identitas merek klien, tipografi Poppins, serta *Prototype* interaktif yang mencakup alur *login*, pemilihan *event*, pemesanan, pembayaran, dan manajemen profil. Evaluasi menunjukkan desain yang dihasilkan mempermudah navigasi dan meningkatkan pengalaman pembelian tiket digital. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan perancangan UI aplikasi tiket *event mobile* di Indonesia.

**Kata kunci:** aplikasi tiket, desain antarmuka, Figma, *mobile*, *User Centered Design*

### Abstract:

*Bdgcom.unity (Bandung Communication and Community) is an event organizer company under CV. Ruang Komunika Kreasi, Bandung. The main issues identified are the conventional ticketing system and confusing User Interface s of existing applications. This study aims to design a communicative, intuitive, and user-centered mobile UI for a ticket application using the User Centered Design (UCD) method, comprising Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages, with Figma as the primary design tool. The outcomes include a user flow, wireframe, brand-aligned color system, Poppins typography, and an interactive Prototype covering login, event selection, ordering, payment, and profile management. Evaluation shows the design improves user navigation and enhances the digital ticketing experience. This research serves as a reference for future mobile event ticket UI design in Indonesia.*

**Keywords:** Figma, mobile application, ticket application, *User Centered Design*, *User Interface design*

## **LATAR BELAKANG**

Di era modernisasi yang berkembang pesat, transaksi berbasis aplikasi *mobile* menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk pembelian tiket *event*. Bdgcom.unity (*Bandung Communication and Community*) adalah perusahaan kolaborator komunitas di bawah CV. Ruang Komunika Kreasi yang berdiri sejak 22 Januari 2019. Perusahaan ini telah menyelenggarakan lebih dari 10 *event* dan bekerja sama dengan lebih dari 150 brand. Selama ini, pengelolaan tiket masih mengandalkan platform pihak ketiga yang dinilai kurang efisien dan tidak memberikan kendali penuh atas data pelanggan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengguna aplikasi tiket yang ada mengeluhkan antarmuka yang tidak intuitif dan alur yang membingungkan. Hal ini berdampak pada penurunan jumlah pengunjung *event*. Kondisi ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa kualitas UI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Prasetyo & Prahartiwi, 2023). Supandi, Masunah, dan Milyartini (2024) juga menemukan bahwa kondisi yang tidak konsisten pada tata letak *User Interface* menurunkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Target pengguna Bdgcom.unity adalah wanita berusia 18 hingga 50 tahun yang berminat di bidang *fashion* dan *beauty*, sehingga antarmuka yang estetis dan mudah digunakan menjadi kebutuhan utama. Merujuk pada prinsip desain komunikasi visual, warna, tipografi, dan tata letak merupakan elemen fundamental yang langsung memengaruhi persepsi pengguna (Putra, R. W., 2020). Konsistensi identitas visual merek pada antarmuka juga berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen (Putra, H. D. et al., 2024). Supandi, Iskandar, dan Satyadharma (2024) membuktikan bahwa pendekatan *Human-Centered Design* efektif menghasilkan media interaktif yang memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus merefleksikan konteks visual yang relevan.

Penelitian ini bertujuan merancang desain UI aplikasi tiket Bdgcom.unity yang komunikatif, intuitif, dan sesuai identitas merek klien menggunakan metode

UCD dan Figma. Hasil perancangan diharapkan menjadi solusi bagi perusahaan sekaligus referensi akademis dalam bidang desain UI *mobile*.

### **Desain Antarmuka Pengguna**

*User Interface* (UI) adalah penghubung visual antara pengguna dengan sistem. Kualitas UI ditentukan oleh kemudahan navigasi, konsistensi elemen visual, dan kejelasan informasi. Menurut Putra, R. W. (2020), elemen desain komunikasi visual seperti bidang, ruang, dan warna berperan krusial dalam membangun sistem visual yang efektif. Zharandont (2015) menyatakan bahwa warna kuning berkaitan dengan optimisme dan keceriaan, sedangkan hitam mencerminkan kesan elegan dan modern. Madani dan Supandi (2024) membuktikan bahwa warna ikon pada antarmuka aplikasi secara langsung memengaruhi psikologi persepsi konsumen, sehingga pemilihan warna perlu didasarkan pada data yang terukur.

Tipografi juga merupakan komponen penting dalam desain UI. Rustan (2013) menyatakan bahwa huruf *sans-serif* memberikan kesan modern, kontemporer, dan efisien, sehingga sesuai untuk aplikasi *mobile* yang mengutamakan keterbacaan pada layar kecil. Supandi dan Arimbawa (2025) menambahkan bahwa elemen visual seperti warna dan komposisi dalam media digital memiliki kemampuan memperkaya pemahaman emosional pengguna, sebuah prinsip yang relevan dalam merancang antarmuka yang tidak hanya fungsional tetapi juga berkesan secara estetis.

### **Identitas Visual Merek dan *User Centered Design***

Konsistensi identitas visual merek pada antarmuka memperkuat pengenalan merek dan kepercayaan pengguna. Hermanto, Kremer, dan Supandi (2024) menegaskan bahwa elemen visual yang konsisten dan khas meningkatkan keterlibatan *audiens* secara signifikan. Putra, H. D., Sapitri, dan Supandi (2024) menemukan bahwa keberhasilan identitas visual global berangkat dari prinsip

kesederhanaan, yang kini relevan dalam desain antarmuka *mobile* yang mengutamakan kejelasan fungsi.

*User Centered Design (UCD)* menempatkan kebutuhan pengguna sebagai pusat proses desain melalui tahapan *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test* (Rachman & Sutopo, 2023). Supandi, Iskandar, dan Satyadharma (2024) mengaplikasikan pendekatan ini dalam tiga tahap utama yaitu *imagination, idea, dan implementation* untuk merancang media interaktif relief Kresnayana, dan membuktikan bahwa proses *iteratif* berbasis masukan pengguna menghasilkan solusi yang inovatif sekaligus kontekstual. *Prototype* sebagai output utama UCD didefinisikan oleh Darmansah dan Raswini (2022) sebagai representasi untuk mengilustrasikan program kepada pengguna agar dapat memahami dan memilih solusi yang sesuai kebutuhan mereka. Supandi, Mudra, dan Suharto (2024) juga menunjukkan bahwa alur perancangan berbasis UCD dari empati pengguna hingga purwarupa menghasilkan aplikasi Android yang sistematis dan terukur.

Figma sebagai perangkat desain berbasis *cloud* mendukung kolaborasi *real-time*, pembuatan *wireframe*, dan simulasi *Prototype* interaktif. Zahra dan Supandi (2025) menunjukkan bahwa Figma mampu menghasilkan *Prototype* berkualitas tinggi yang siap diujikan kepada pengguna. Supandi, Masunah, dan Milyartini (2024) menegaskan bahwa tampilan antarmuka yang estetis dan konsisten dalam hal tata letak, warna, dan tipografi merupakan faktor kunci yang memengaruhi pengalaman pengguna dalam mengakses informasi digital.

## **METODE PERANCANGAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode UCD pada studi kasus Bdgcom.unity. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan klien, dan analisis kompetitor. Proses perancangan mengikuti lima tahapan berikut.

Tahap *Empathize* dilakukan dengan mengobservasi pengalaman pengguna aplikasi tiket yang tersedia. Ditemukan bahwa target pengguna mengalami kendala berupa antarmuka yang tidak intuitif dan alur yang membingungkan,

sehingga sebagian masih menggunakan sistem tiket *offline*. Tahap *Define* merumuskan tiga permasalahan utama yaitu: lamanya antrean pembelian tiket *offline* yang menurunkan jumlah pengunjung *event*, alur navigasi yang tidak sesuai model mental pengguna, dan kurangnya identitas merek yang kuat dalam tampilan visual aplikasi yang ada.

Tahap *Ideate* menghasilkan konsep aplikasi pemesanan tiket *mobile* khusus Bdgcom.unity dengan visual mengacu pada identitas merek klien. Referensi dikumpulkan dari Tiket.com, Traveloka, Pahamify, serta platform referensi desain Dribbble. Tahap *Prototype* dilaksanakan menggunakan Figma dengan *frame mobile 430x932 piksel*, menghasilkan *user flow*, *wireframe*, sistem warna, tipografi, dan desain antarmuka lengkap. Alur perancangan ini mengacu pada pendekatan yang dikembangkan oleh Supandi, Mudra, dan Suharto (2024), yakni dari empati pengguna hingga purwarupa yang dapat diujicobakan. Tahap *Test* melibatkan pengujian *Prototype* oleh klien dan beberapa pengguna target secara kualitatif. Perancangan dibatasi hingga tahap *Prototype* interaktif tanpa implementasi teknis.

## **HASIL DAN DISKUSI**

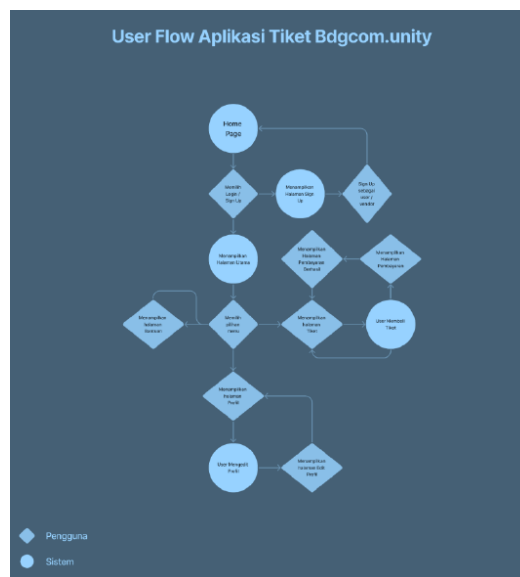
### **Analisis Kompetitor**

Analisis dilakukan terhadap tiga aplikasi kompetitor. Tiket.com menjadi acuan komposisi warna dan tata letak yang rapi. Traveloka digunakan sebagai referensi navigasi menu dan *banner* yang efektif. Pahamify menjadi referensi halaman pembayaran yang sederhana namun lengkap. Berdasarkan analisis ini, ditetapkan arah desain Bdgcom.unity yang mengutamakan tampilan bersih, navigasi jelas dengan *bottom navigation bar*, dan estetika visual yang mencerminkan identitas merek event komunitas.

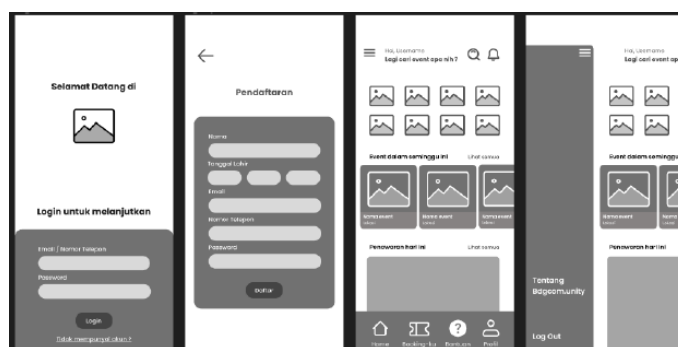
### **User Flow dan Wireframe**

*User flow* dirancang untuk menggambarkan seluruh alur interaksi pengguna secara sistematis, mencakup *Home Page*, *autentikasi Login/Sign Up*,

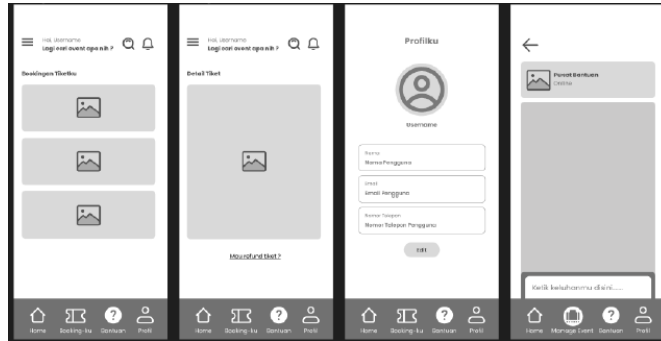
daftar dan detail event, pemesanan dan pembayaran tiket, riwayat *booking*, profil, serta pusat bantuan. *Wireframe* dikembangkan sebagai representasi digital konsep desain dengan menggunakan border radius pada tombol dan kartu konten untuk menciptakan kesan ramah yang sesuai karakter pengguna sebagai *event enthusiast*. Pendekatan ini selaras dengan temuan Supandi, Iskandar, dan Satyadharma (2024) bahwa struktur navigasi aplikasi perlu dirancang secara bertahap agar pengguna dapat mengakses informasi secara gradual dan menyeluruh (Gambar 1, 2, dan 3).



Gambar 1. User Flow Aplikasi Tiket Bdgcom.unity  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)



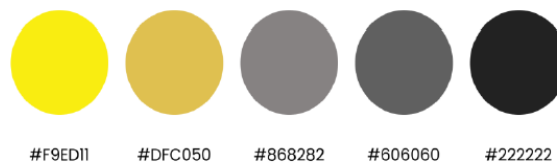
Gambar 2. Wireframe Halaman Login, Pendaftaran, dan Beranda  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)



Gambar 3. Wireframe Halaman Booking, Profil, dan Bantuan  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)

### Sistem Warna dan Tipografi

Sistem warna mengacu pada identitas visual merek Bdgcom.unity, dengan dua nuansa kuning sebagai warna aksen utama, dua tingkat abu-abu sebagai warna pendukung, dan hitam sebagai warna dasar. Kuning mencerminkan karakter merek yang optimis dan bersemangat, sementara hitam memberikan kesan elegan dan modern (Zharandont, 2015). Hal ini sejalan dengan temuan Madani dan Supandi (2024) bahwa warna ikon pada antarmuka digital langsung membentuk persepsi psikologis pengguna terhadap merek (Gambar 4). Font Poppins dipilih sebagai tipografi utama karena karakternya yang bersih, modern, dan mudah dibaca pada layar *mobile*, dengan hierarki 24pt bold untuk judul, 16pt medium untuk isi, dan 11pt reguler untuk sub-judul (Gambar 5).



Color Palette Bdgcom.unity  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

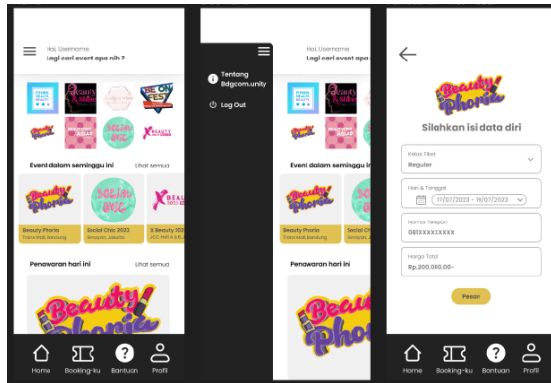
Gambar 5. Tipografi Poppins  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)

### Hasil Desain Antarmuka

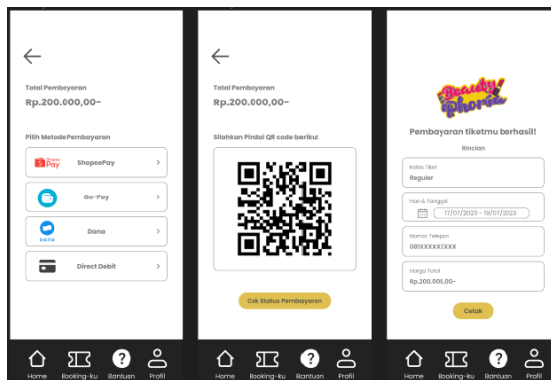
*Prototype* interaktif menghasilkan seluruh halaman aplikasi dengan desain visual yang terintegrasi. Halaman *login* menampilkan logo Bdgcom.unity dengan latar gelap yang kontras, menciptakan kesan profesional. Beranda menampilkan navigasi *event* dengan *bottom navigation* bar yang mencakup *Home*, *Booking-ku*, *Bantuan*, dan *Profil*. Halaman pemesanan dirancang dengan alur linear: pengguna memilih *event*, mengisi data diri, memilih jenis tiket, dan memilih metode pembayaran yang mencakup *ShopeePay*, *Go-Pay*, *Dana*, dan *Direct Debit*. Halaman profil menggunakan *card layout* yang bersih untuk memudahkan pengguna mengakses informasi pribadi dan riwayat *booking* (Gambar 6, 7, 8, dan 9). Integrasi konten audio-visual sebagai pelengkap informasi pada media digital, sebagaimana diterapkan Supandi, Masunah, dan Milyartini (2024), memberikan inspirasi bahwa format konten yang beragam dapat meningkatkan keterlibatan pengguna.



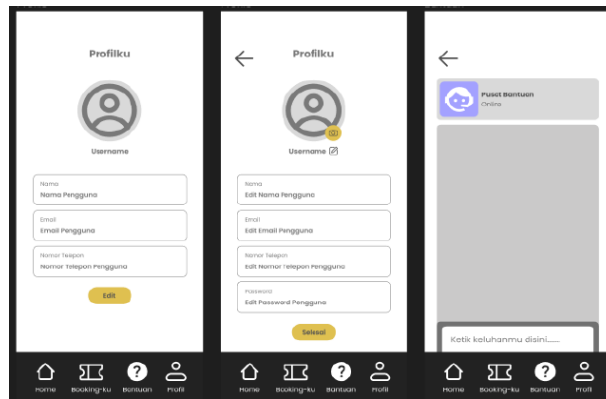
Gambar 6. Desain Beranda  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)



Gambar 7. Desain Pemesanan dan Pembayaran  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)



Gambar 8. Desain Halaman Booking Tiket  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)



Gambar 9. Desain Halaman Profil  
Sumber: dokumentasi penulis (2025)

## Diskusi

Pendekatan UCD terbukti menghasilkan desain antarmuka yang selaras dengan kebutuhan pengguna, identitas merek, dan standar estetika desain komunikasi visual. Konsistensi warna dan hierarki tipografi membantu pengguna

menavigasi aplikasi secara lebih intuitif. Seperti yang dikemukakan Hermanto, Kremer, dan Supandi (2024) dan (Nalendra et al., 2025), elemen visual yang khas dan konsisten berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan *audiens*; prinsip ini diterapkan konsisten pada setiap halaman desain Bdgcom.unity. Supandi dan Arimbawa (2025) menambahkan bahwa elemen visual dinamis dalam media digital mampu memperluas interpretasi dan pengalaman emosional pengguna, sebuah prinsip yang diterjemahkan melalui visual *event* yang kaya dan animasi transisi yang halus dalam desain ini.

Dibandingkan Tiket.com dan Traveloka yang memiliki cakupan layanan luas, desain Bdgcom.unity berfokus pada tiket *event* lokal dengan identitas merek yang kuat, menciptakan diferensiasi yang jelas dan pengalaman yang lebih personal. Pengujian *Prototype* mendapat respons positif dari pengguna dalam hal kemudahan navigasi dan kejelasan alur pembelian. Limitasi penelitian ini mencakup belum dilakukannya pengujian *usability* secara kuantitatif menggunakan *System Usability Scale* (SUS) dan belum tersedianya implementasi teknis aplikasi.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini berhasil merancang *User Interface* aplikasi tiket *mobile* Bdgcom.unity menggunakan metode *User Centered Design*. Hasil perancangan mencakup *user flow*, *wireframe*, sistem warna berbasis identitas merek, tipografi Poppins, dan *Prototype* interaktif lengkap yang meliputi seluruh alur pembelian tiket dan manajemen profil. Metode UCD terbukti efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan menerjemahkannya ke dalam solusi desain yang terstruktur, didukung oleh Figma sebagai perangkat yang efisien. Konsistensi identitas visual merek yang dibuktikan melalui berbagai kajian terdahulu (Hermanto et al., 2024; Putra, H. D. et al., 2024) dan alur perancangan sistematis berbasis UCD (Supandi, Mudra & Suharto, 2024) turut memperkuat kualitas hasil desain ini.

Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa UCD serta pemilihan sistem warna dan tipografi yang mengacu pada identitas merek merupakan faktor kunci dalam menciptakan UI yang estetis sekaligus fungsional. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan pengujian *usability* menggunakan SUS serta pengembangan fitur notifikasi *push* dan integrasi manajemen *event* berbasis data *real-time*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, C., & Supandi, F. P. (2024). Analysis of the visual meaning of the Jujutsu Kaisen 0 film poster. *Jurnal Rupa Matra*, 2(2), 178-189. <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.234>
- Darmansah, D., & Raswini, R. (2022). Perancangan sistem informasi pengelolaan data pedagang menggunakan metode *Prototype* pada Pasar Wage. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(1), 340-350.
- Hermanto, A. P., Kremer, H., & Supandi, F. P. (2024). Analysis the influence of mascot design in visual identity at the Olympus 2.0 Exhibition. *Jurnal Rupa Matra*, 2(2). <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.263>
- Iskandar, A. D., & Supandi, F. P. (2024). Bahasa rupa relief cerita Kresnayana Candi Prambanan. *Jurnal Bahasa Rupa*, 7(1). <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v7i1.1424>
- Nalendra, M. A. S., Gucci, D. O. D. R., & Madani, A. (2025). Analisis Kemiripan Unsur Desain Pada Karakter Spider-Man Dengan Karya Digital Artificial Intelligence. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 10(2), 426–443. <https://doi.org/10.36982/JSDB.V10I2.5560>
- Madani, A., & Supandi, F. P. (2024). Analisis warna ikon fitur layanan aplikasi Gojek terhadap psikologi persepsi konsumen. *Jurnal Visual Ideas*, 4(1), 59-68. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol4.iss1.2024.1934>
- Prasetyo, A. H. A., & Prahartiwi, L. I. (2023). Analysis and design of UI/UX website using the design thinking method. *IJIS Indonesian Journal on Information System*, 126-138.
- Putra, H. D., Sapitri, R., & Supandi, F. P. (2024). Analysis of the visual identity work of Chermayeff & Geismar & Haviv design firm. *Jurnal Rupa Matra*, 2(2), 123-135. <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.235>
- Putra, R. W. (2020). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Andi Publisher.

- Rachman, A., & Sutopo, J. (2023). Penerapan metode design thinking dalam pengembangan UI/UX: Tinjauan literatur. *SemanTIK: Teknik Informasi*, 9(2), 139. <https://doi.org/10.55679/semantik.v9i2.45878>
- Rustan, S. (2013). *Font & tipografi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Senubekti, M. A., Dajoreyta, G. L., & Anggraini, N. (2024). Pembuatan desain UI/UX dengan metode prototyping pada aplikasi Pengadilan Negeri Bale Bandung menggunakan Figma. *Jurnal Informatika Terpadu*, 10(1), 1-10. <https://doi.org/10.54914/jit.v10i1.1001>
- Supandi, F. P., & Arimbawa, I. M. G. (2025). Interpretasi visual dan pemahaman hermeneutik: Analisis karya VR The Starry Night oleh Van Gogh. *Journal of Art, Culture, and Learning (JACL)*, 1(1), 13-25.
- Supandi, F. P., Iskandar, A. D., & Satyadharma, I. G. N. W. (2024). Designing interactive media for the introduction of visual language on Kresnayana relief in Prambanan. *Gondang: Jurnal Seni dan Budaya*, 8(1), 160-171. <https://doi.org/10.24114/gondang.v8i1.53297>
- Supandi, F. P., Masunah, J., & Milyartini, R. (2024). Utilization of QR code for digital information media installation artwork. In J. Masunah et al. (Eds.), *ICADE 2022, ASSEHR 771* (pp. 402-409). Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-38476-100-5\\_54](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-100-5_54)
- Supandi, F. P., Mudra, I. W., & Suharto, I. (2024). Transformasi narasi visual relief Candi Borobudur melalui aplikasi untuk platform Android. *ICHES: International Conference on Humanity Education and Society*, 3(1).
- Zahra, D., & Supandi, F. P. (2025). Redesign *User Interface* pada website SMA Negeri Darmaraja. *Jurnal Visual Ideas*, 5(1).
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(01), 49-57.