

Studi Analisa Efektivitas *User Interface* pada *Home Page* Kaskus.co.id

Catherine Putri Rahardjo¹, DR. Prayanto W.H., M.Sn², Hen Dian Yudani, S.T., M.Ds³

1, 3. Program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra, Surabaya

2. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia, Yogyakarta

E-mail : m42411064@john.petra.ac.id

Abstrak

Website kaskus telah mengalami perubahan sebanyak delapan kali dari tahun 2001 hingga 2014. Dari sembilan home page ini, telah ditentukan home page tahun 2012-2014 dan tahun 2014-2015 yang akan diteliti sebagai sampel karena memenuhi kriteria yang akan diteliti, yaitu kelengkapan material (tidak ada gambar yang rusak), menonjolkan bagian forum dan FJB (dua ciri khas kaskus), dan memiliki visual yang paling berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektifan User Interface dari dua sampel home page kaskus yang telah ditentukan. Penelitian dipengaruhi oleh tiga teori efektivitas User Interface oleh Nielsen-Molich, Sheniederman-Plaisant, dan Johnson. Berdasarkan teori-teori ini dibuat kuesioner yang dibagi menjadi tiga variabel yang diteliti, yaitu desain, informasi, dan pengoperasian, yang kemudian dibagikan kepada member kaskus. Hasil analisa didukung oleh hasil kuesioner yang di deskripsikan dalam bentuk tabel, histogram, dan skala. Dari data yang telah diolah, diketahui bahwa menurut member kaskus, User Interface Home Page kaskus 2012-2014 dan 2014-2015 keduanya efektif, namun tahun 2012-2014 terbukti lebih efektif dari 2014-2015 dikarenakan faktor informasi pada home page tahun 2014-2015 yang terlalu banyak dan penyajiannya yang kurang baik.

Kata kunci : Efektivitas, User Interface, Home Page, Kaskus

Abstract

Title : Analytical Study of the User Interface Effectivity of Kaskus.co.id's Home Page

Since 2001, kaskus's website has changed eight times. Out of these nine home page, it's been decided that 2012-2014 home page and 2014-2015 home page will be the two samples in this study because they meet all three criterias that's needed, the completeness of the material (no broken image), forum and FJB as the focus of the home page (two kaskus's characteristic feature), and has the most different visual. The purpose of this study is to determine the effectiveness of the User Interface of two kaskus's home page samples. This research is influenced by three User Interface Effectiveness theories by Nielsen-Molich, Sheniederman-Plaisant, and Johnson. Based on these theories, a questionnaire is made and divided into three variables, which called design, information, and operations, then, posted in kaskus forum for kaskus's members to answer. Analysis result is supported by the questionnaires's results that descibed in the form of tables, histograms, and scale. From the data that has been processed, it's been known that according to kaskus's members, both User Interface of kaskus's home page year 2012-2014 and 2014-2015 are effective, but home page 2012-2014 proved to be more effective than the one in 2014-2015 due to the information factor in 2014-2015 home page that is too much and the presentation that is not good enough.

Keywords: Effective, User Interface, Home Page, Kaskus

Pendahuluan

Kata internet dan website sudah tidak asing lagi di telinga. Hampir semua informasi yang dicari dapat ditemukan pada berbagai website di internet. Website

pertama di dunia dibuat oleh Tim Berners-Lee yang dipublikasikan pada tanggal 6 Agustus 1991 yang merupakan perwujud-an dari proyek *hypertext* yang disebut "WorldWideWeb" atau "W3". Website dibuat dengan tujuan agar dapat menghubungkan dan

mengakses informasi dari berbagai jaringan dimana pengguna dapat melihat-lihat sesuai keinginan. Website pertama hanya berupa *text* hingga saatnya foto pertama dipublikasikan pada web di tahun 1992 oleh Berners-Lee. Dari tahun ke tahun jumlah website dan pengunjung website semakin meningkat. Berdasarkan data eMarketer yang dipublikasikan oleh techno kompas, pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan dari yang sebelumnya sebanyak 72,8 juta menjadi 83,7 juta di tahun 2014, dan tercatat sebagai negara urutan ke enam dengan pengguna internet terbanyak di dunia.

Sebagian besar website terdiri dari dua tipe halaman : homepage, dan underlying pages. *Home page* adalah suatu sumber atau akar atau jangkar dari keseluruhan website. Home page sering disebut landing page, karena ketika membuka website yang pertama akan dilihat oleh pengunjung adalah home page. Underlying pages terdiri dari konten dan minat pada website tersebut. Begitu pula yang terdapat pada kaskus.

KASKUS adalah forum diskusi & jual beli terbesar di Indonesia. Kaskus dibuat ditahun 1999 oleh Andrew Darwis, Ronald, dan Budi untuk memenuhi tugas kuliah dan pada tahun 2008 kaskus mulai dikelola secara profesional. Sejak tahun 2009, KASKUS menjadi pemain penting di ranah online Indonesia. KASKUS menerima banyak penghargaan diantaranya “*The Best Innovation in Marketing*” dan “*The Best Market Driving Company*” oleh Marketing Magazine, dan “*The Greatest Brand of the Decade*” (2009-2010) oleh Mark Plus Inc. KASKUS dengan bangga berada di peringkat 1 untuk kategori situs komunitas, dan merupakan situs lokal nomor 1 di Indonesia, menurut Alexa. Di tahun 2015 member kaskus sudah mencapai lebih dari 7,8 juta.

Kaskus sebagai situs sosial paling digemari sudah melakukan beberapa kali perubahan pada tampilannya. Seperti yang telah dijabarkan pada teori perubahan Havelock, perubahan memiliki beberapa tahapan, yaitu membangun suatu hubungan, mendiagnosis masalah, mendapatkan sumber-sumber yang berhubungan, memilih jalan keluar, meningkatkan penerimaan, stabilisasi dan perbaikan diri. Desain juga akan terus mencari stabilisasi dan selalu memperbaiki diri, karena itu desain akan terus mengalami perubahan.

Banyaknya website yang bermunculan dan banyaknya website yang melakukan desain ulang, menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana desain user interface yang efektif. Dengan alasan ini akan lebih mudah jika mengetahui user interface bagaimana yang efektif dan yang tidak efektif dalam suatu website, terutama pada bagian home page karena merupakan halaman pertama yang akan dilihat oleh pengunjung.

Berdasarkan berbagai faktor diatas, serta kaskus yang merupakan salah satu situs terbaik Indonesia dengan jumlah member mencapai 7,8 juta di tahun 2015 ini, penulis tertarik untuk meneliti efektifitas Desain User Interface pada tampilan *home page* kaskus.

Dari perubahan interface homepage kaskus tahun 2000 hingga 2015, pada penelitian ini akan dipilih home page yang akan digunakan sebagai representatif agar membuat penelitian menghasilkan data yang lebih faktual.

Objek yang digunakan sebagai representatif pada penelitian ini adalah home page kaskus tahun 2012-2014 dan 2014-2015. Kedua objek ini dipilih karena memenuhi tiga pertimbangan yaitu, memiliki kelengkapan aspek, prioritas forum yang sama, serta user interface yang unik atau berbeda, hingga kedua objek ini dapat menjadi representatif dari user interface home page kaskus.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas (Bungin, 29). Data penelitian kuantitatif berbentuk angka. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa, tanpa membuat perbandingan antar variabel. Penelitian deskriptif ditujukan untuk (1) mengumpulkan informasi aktual serta rincian yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, p24)

Metode yang digunakan adalah metode survei dan evaluasi. Metode survei menurut Kerlinger adalah (1) Objek penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, (2) Penelitian survei dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam, (3) Metode survei tidak memerlukan kelompok kontrol. (Siregar, 11) Metode evaluasi merupakan bagian dari proses pembuatan keputusan, yang membandingkan suatu kejadian, kegiatan, serta produk dengan standar dari program yang telah ditetapkan. Metode evaluasi digunakan untuk menilai efektivitas suatu program atau produk berdasar standar yang sudah ada.

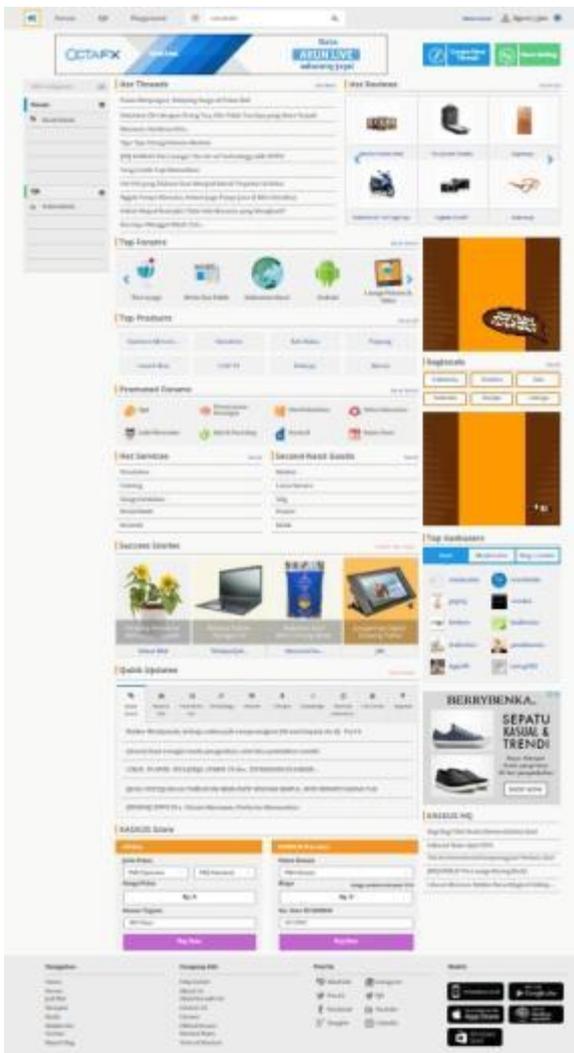
Variabel terikat pada penelitian ini adalah keefektifan User Interface Home Page kaskus. Variabel bebasnya adalah kualitas User Interface Home Page Kaskus

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah home page kaskus tahun 2012-2014 dan tahun 2014-2015



Gambar 1. Home Page kaskus.co.id tahun 2012-2014



Gambar 2. Home Page kaskus.co.id tahun 2014-2015

Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum kita sebut sebagai nara sumber. Data sekunder merupakan data yang sudah diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan

Metode pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pencarian pustaka dan pencarian online. Sedangkan data primer didapat secara aktif yaitu dengan pemberian kuesioner tertutup. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner tertutup tidak memberi kesempatan pada responden untuk mengeluarkan pendapat.

Populasi dan Sampel

Target responden adalah member kaskus yang aktif atau yang pernah menggunakan situs kaskus yang dijadikan bahan penelitian.

Ukuran Populasi	Ukuran sample (n) utk presisi (e) sebesar:			
	±3%	±5%	±7%	±10%
500	a	222	145	83
600	a	240	152	86
700	a	255	158	88
800	a	267	163	89
900	a	277	166	90
1000	a	286	169	91
2000	714	333	185	95
3000	811	353	191	97
4000	870	364	194	98
5000	909	370	196	98
6000	938	375	197	98
7000	959	378	198	99
8000	976	381	199	99
9000	989	383	200	99
10000	1000	385	200	99
15000	1034	390	201	99
20000	1053	392	204	100
25000	1064	394	204	100
50000	1087	397	204	100
100000	1099	398	204	100
100,000	1111	400	204	100

a = Asumsi populasi normal kurang baik (Yamane, 1967). Oleh karena itu seluruh populasi harus dijadikan sampel.

Tabel 1. Ukuran Sampel dengan Tingkat Ketepatan ±3%, ±5%, ±7%, ±10% dan dengan Tingkat Kepercayaannya sebesar 95%

Pada situs kaskus dicantumkan jumlah member terakhir kurang lebih berjumlah 7,5 juta member tetapi jumlah pengguna atau member kaskus yang aktif sangat banyak, tapi tidak dapat diketahui kepastiannya. Berdasarkan pada tabel Taro Yamane diatas, dengan taraf kesalahan (*sampling error*)

sebanyak 10% maka sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden.

Instrumen Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini dipakai sebagai pengumpul data primer kuantitatif. Media yang digunakan adalah forum kaskus, menggunakan aplikasi google drive, dengan salah satu fasilitas yang disediakan yaitu membuat form (formulir) berisi kuesioner. Kuesioner pada google drive ini kemudian disebarikan melalui forum kaskus pada bagian *lounge*.

Kuesioner disajikan dengan menggunakan model skala perbedaan semantis. Skala yang menggunakan perbedaan semantis mengukur atribut yang diberikan oleh responden terhadap beberapa arti untuk mendeskripsikan objek tertentu. Objek yang digunakan di penelitian ini adalah objek visual dimana pendeskripsianannya tidak bisa dinilai dengan tepat, karena itu digunakan jenis skala ini untuk mempermudah. Contoh skala perbedaan semantis :

Gambar pada Home Page :				
Tidak jelas				Jelas
1	2	3	4	5

Gambar 3. Contoh skala perbedaan semantis

Berdasarkan pernyataan Jadav mengenai bahan pertimbangan desain : *Requirements analysis ; architecture information, copy writing ; interface design, graphic design, interaction design ; media design, quality assurance*, dan 26 kaidah pada desain *home page* yang diungkapkan oleh Nielsen, ditentukan tiga elemen yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu : desain (visual/grafis), informasi yang ditampilkan, dan penggunaan/pengoperasian *home page*.

Teknik Analisis Data

Data kuesioner yang merupakan hasil yang diberikan oleh responden dianalisa menggunakan berdasarkan metode statistik deskriptif, yaitu menggunakan tabel dan diagram. Kemudian hasil dari analisis kuantitatif ini di analisa secara deskriptif.

Pembahasan

Hasil Kuesioner (skala 1-5)

Skor berikut merupakan rata-rata dari respon member kaskus yang mengisi kuesioner efektivitas home page kaskus 2012-2014 dan 2014-2015.

Tahun 2012-2014 : Pada bidang desain mendapat skor 3.94, bidang informasi mendapat skor 3.94, bidang pengoperasian 4.02, keseluruhan 3.94.

Tahun 2014-2015 : Pada bidang desain mendapat skor 3.78, bidang informasi mendapat skor 3.56, bidang pengoperasian 4.07, keseluruhan 3.30.

Ketika di total, home page tahun 2012-2014 mendapat skor 3.95, tahun 2014-2015 mendapat skor 3.65.

Desain (visual/grafis)

Pertanyaan no 1-15 (layout, warna background, tipografi, tombol, unsur grafis yang mendukung, efek hover, ilustrasi/foto)

Pertanyaan No 1. *Layout*/komposisi *content* membantu *home page* lebih rapi dan mudah dibaca

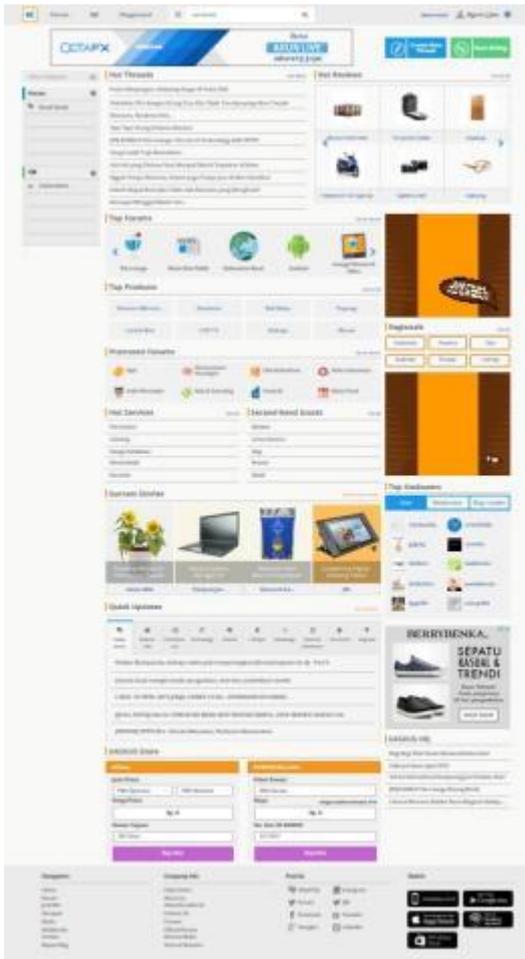
Home page kaskus 2012-2014 menggunakan layout yang berpusat ditengah (*center-aligned*). Layout pada content sangat sederhana, seperti yang terlihat content terdiri dari tiga bagian : bagian atas (Search Form), bagian kiri (*Hot Thread*), bagian kanan (Jual Beli). Semua *content* dari *home page* ini langsung terlihat dilayar tanpa perlu *scrolling* (*above the fold*). Seperti yang dikatakan oleh Nielsen, teori *above the fold* tidak se-mutlak dimasa lalu, tetapi masih tetap berlaku, karena berdasarkan penelitiannya, persentase waktu yang digunakan pengunjung melihat suatu halaman web adalah pengunjung melihat bagian *above the fold* sebesar 80,3% dan bagian dibawah *fold* sebanyak 19,7%. Berdasarkan kuesioner yang disebarikan, 65% member kaskus menganggap bahwa kesederhanaan *layout* kaskus 2012-2014 sangat membantu *home page* menjadi lebih rapi dan mudah dibaca.



Gambar 4. Visual No 1 Tahun 2012-2014

Home page kaskus 2014-2015 menggunakan *layout* yang berbasis grid. *Layout* jenis ini banyak digunakan untuk website yang memamerkan gambar seperti website portfolio atau website *photo-sharing*. Berdasarkan kuesioner yang disebarikan, 53% member kaskus menganggap layout kaskus membantu, 10% netral, dan 37% menganggap tidak membantu. Keuntungan dari *layout* ini adalah dapat menunjukkan informasi yang lebih banyak. Tetapi untuk forum, *layout* grid sepertinya kurang efektif karena forum lebih banyak memamerkan tulisan. Jika grid tidak terlalu banyak dan berbeda format satu sama lain mungkin masih dapat diterima dengan baik, tetapi jika seperti kaskus 2014-2015 dimana setiap kolom formatnya tidak sama, akan dapat membuat bingung pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menyatakan layout tidak membantu *home page* dan lebih rapi atau mudah dibaca cukup

besar yaitu 37%.



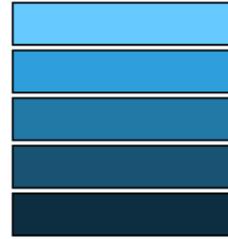
Gambar 4. Visual No 1 Tahun 2014-2015

Pertanyaan No 2. Komposisi warna *background* membantu *home page* menjadi lebih nyaman digunakan



Gambar 5. Visual No 2 Tahun 2012-2014

Empat warna ini merupakan warna yang digunakan pada *home page*. *Header* (kiri atas), *content* (kanan atas), dan *footer* (kanan dan kiri bawah). Dari gambar diatas diketahui bahwa warna yang digunakan merupakan warna *monotone chromatic* yang berarti memiliki hue yang sama/berdekatan tetapi berbeda di saturasi.

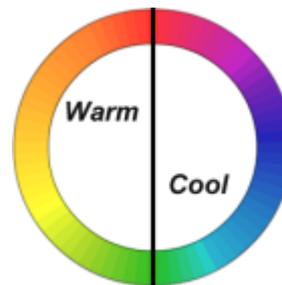


Gambar 6. Warna *Monotone Chromatic*

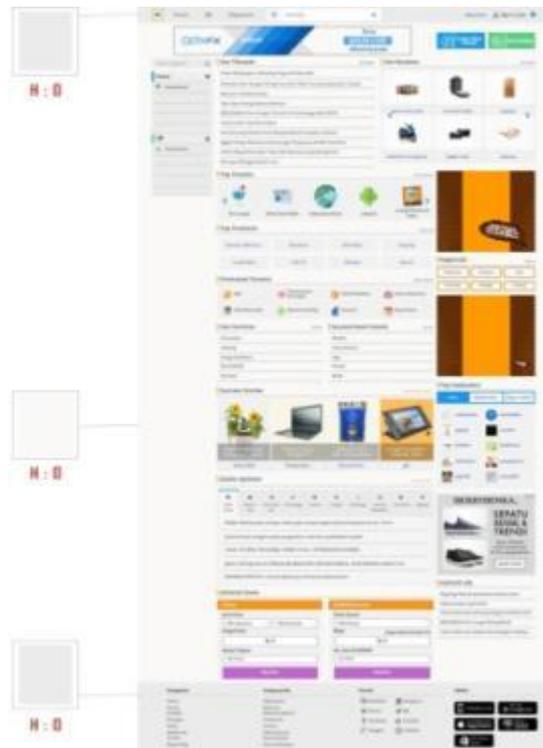
Sumber :

<http://www.greycatcompanies.com/colors.htm>

Perbedaan warna cukup jelas untuk membatasi masing-masing bagian yang ada. Warna biru ini sendiri merupakan salah satu warna kaskus, dapat dilihat pada logo kaskus yang berwarna biru dan jingga. Warna-warna ini membatasi bagian-bagian *home page* dengan baik, serta membuat *home page* lebih nyaman digunakan dengan keharmonisannya. Warna biru sendiri menurut teori warna brewster termasuk dalam kategori warna dingin yang menambah kesan rasa sejuk dan nyaman.

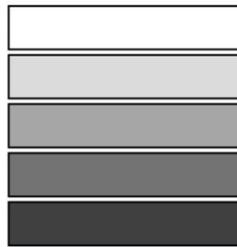


Gambar 7. *Cool, Warm Color*



Gambar 8. Visual No 2 Tahun 2014-2015

Seperti pada *home page* kaskus 2012-2014, ketiga warna *background* dari *home page* 2014-2015 juga memiliki *hue* yang sama, tetapi hanya terdiri dari warna netral dari hitam ke putih, hal ini disebut *monotone achromatic*. Warna netral, seperti pada namanya, merupakan hal yang netral hingga cocok dan efektif digunakan untuk hal apa saja. Tetapi hal ini bisa menjadi membosankan, dan mengurangi ciri khas dari kaskus. Seperti *home page* tahun 2012-2014 yang menggunakan warna kaskus, akan memberi nilai tambah.



Gambar 9. Warna Monotone Achromatic

Sumber :

<http://www.greycatcompanies.com/colors.htm>

Pertanyaan No 3. Membaca tipografi/*font*/tulisan pada *home page*

Home page kaskus 2012-2014 : Sans serif

Home page kaskus 2014-2015 : Sans serif



Gambar 10. San serif, serif

Sumber : <http://alexpoole.info/blog/which-are-more-legible-serif-or-sans-serif-typefaces/>

Font yang digunakan oleh kedua *home page* adalah sans serif. Huruf sans serif yang tidak memiliki garis kecil yang membentang dari ujung huruf dan simbol seperti layaknya huruf serif membuat sans serif menjadi jenis yang lebih simpel. Jenis Sans serif sangat sering digunakan dalam sebuah website. Hal ini pertama dipengaruhi oleh resolusi yang berbeda dari sebuah karya cetak dan pada monitor. Di masa lalu, resolusi pada monitor jauh lebih rendah dan bervariasi dibanding resolusi pada media cetak, hingga huruf sans serif yang lebih simpel tetap terlihat jelas.

Kedua, serif digunakan untuk memandu arah mata dalam membaca, namun pada web, dibandingkan membaca pengunjung cenderung men-scan halaman web yang berarti pandangan mata hanya melintas sekilas, dan hanya membaca bagian-bagian tertentu saja. Hal ini membuat kegunaan memandu arah pembacaan pada serif tidak berpengaruh untuk pembacaan pada suatu website.

Kedua hal ini sekarang sudah tidak terlalu berpengaruh layaknya di masa lalu. Sekarang, resolusi layar monitor sudah sangat bagus, meskipun masih belum setara dengan media cetak tetapi bisa menampilkan huruf serif dengan jelas. Kedua, meskipun keunggulan dari serif yang memandu arah mata untuk membaca tidak terlalu berlaku pada web, serif tidak memberi nilai negatif, dan pengunjung tidak selalu hanya men-scan halaman, pengunjung terkadang akan membaca ketika mereka tertarik pada konten yang tertera.

Pertanyaan no 4. Warna tipografi/*font*/tulisan yang digunakan pada *home page* jelas untuk dibaca

Home page kaskus 2012-2014 : Pada *background* gelap warna pada huruf adalah warna terang yaitu putih. Sedangkan pada *background* putih, warna huruf yang digunakan adalah warna gelap (hitam keabuan). Kekontrasan warna huruf dan *background* bekerja sangat baik, karena membuat tulisan terbaca jelas. Penggunaan warna netral pada huruf juga berpengaruh, karena tidak membuat warna saling tindih.



Gambar 11. Kontras warna

Sumber : <http://www.howdesign.com/parse/destroy-designers-block-with-contrast/>

Home page kaskus 2014-2015 : Warna *background* pada *home page* yang berwarna abu-abu mempengaruhi warna tulisan yang dipakai, yaitu abu-abu tua. Kombinasi warna abu-abu muda *background* dan abu-abu tua *font* memberikan kesan yang lebih friendly. Seperti pada *home page* 2012-2014, warna yang digunakan adalah warna netral. Perbedaan yang ada antara *home page* dulu dan sekarang adalah *font* untuk forum dan FJB dibedakan, setiap tulisan yang berwarna biru berarti merupakan informasi milik FJB, dan tulisan berwarna abu-abu tua merupakan informasi milik forum. Hal ini sebenarnya diniatkan untuk membantu kemudahan pembacaan, tetapi perbedaan ini kurang mencolok sehingga tidak terlalu berpengaruh.

Pertanyaan no 5. Size/ukuran *font* pada *home page*



Gambar 12. Perbedaan ukuran font

Home page kaskus 2012-2014 : Size *font* yang digunakan pada *home page* tidak terlalu bervariasi. Size *font* pada *header* dan *content* mirip, hanya berbeda pada heading kolom Hot Thread pada *content* yang lebih besar dari yang lain, *font* pada *footer* memiliki ukuran paling kecil pada *home page*. Variasi size *font* pada *home page* memiliki tujuan untuk membuat satu bagian lebih menonjol dari yang lain, tetapi semua tulisan masih tetap dapat terbaca dengan baik. Hot Thread dan Jual Beli pada *content* merupakan bagian utama dari kaskus, dan dengan size *font* yang lebih besar dari yang lain, Hot Thread terlihat lebih menonjol. Forum Jual Beli menggunakan unsur berbeda, bukan *font* melainkan gambar.

Home page kaskus 2014-2015 : *Home page* tahun ini memiliki size *font* yang lebih bervariasi. *Font* judul pada tiap-tiap kolom lebih besar dan tebal dibanding yang lain, hal ini sama dengan *font* pada *home page* sebelumnya, perbedaannya adalah, pada bagian *content*, ukuran tulisan berbeda-beda untuk setiap kolom. Pada kolom *Top Product* ukuran tulisan berbeda dengan yang ada di *Hot Reviews* atau *Top Forum*, dan lainnya.

Perbedaan size tulisan pada *home page* lebih berpengaruh pada penulisan isi/paragraf, dibandingkan navigasi pada *home page*.

Pertanyaan No 6. Desain tombol *sign in* dan register membantu memudahkan *user* untuk bergabung/masuk forum



Gambar 13. Visual No 6 Tahun 2012-2014



Gambar 14. Visual No 6 Tahun 2014-2015

Kedua tombol memiliki ciri yang sama yaitu terdiri dari ikon dan tulisan yang berbunyi "*sign in*" di sebelah kanan ikon. Dari segi keefektifan telah terbukti bahwa label yang hanya terdiri dari tulisan lebih efektif dari label yang hanya menampilkan ikon. Tetapi kombinasi ikon dan tulisan dinilai lebih efektif karena ikon membantu label lebih mudah terlihat

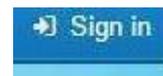
ketika men-scan halaman, ikon juga menambah nilai estetika pada suatu label. Peletakkan ikon dan tulisan pada tombol *sign in* di *home page* kaskus adalah ikon di sebelah kiri dan tulisan di sebelah kanan. Pengaturan letak ini sudah baik dikarenakan arah pembacaan yang sesuai, jika ikon diletakkan di sebelah kanan tulisan yang akan terjadi adalah :

Pertama, jika ikon *eye catching* (lebih besar atau warna lebih mencolok atau ilustrasi yang menarik), *user* akan melihat ikon terlebih dahulu lalu mencari tulisan label, hal ini menyulitkan karena arah baca mata adalah dari kiri ke kanan, jadi jika ikon yang *eye catching* terletak di kanan tulisan, proses membaca akan menjadi tidak natural dan membuat proses menjadi lebih lama dan lebih tidak nyaman.

Kedua, jika ikon tidak *eye catching*, *user* akan melihat tulisan lebih dulu dan mengabaikan ikon, hingga keberadaan ikon tidak ada gunanya. Ikon juga terkadang diletakkan di atas tulisan, hal ini juga baik seperti halnya ikon di sebelah kiri tulisan. Tetapi karena *header* kaskus yang tidak tinggi, serta desain label yang lain juga berukuran sama pendeknya, peletakkan ikon sebelah kiri dan tulisan sebelah kanan sudah tepat.

Tombol register terdiri dari tulisan yang diletakkan menindih bentuk bermodel seperti pita dengan border zigzag yang menggantung dari atas dan diberi warna orange yang merupakan salah satu warna kaskus, dapat dilihat pada logo kaskus. Tombol register berbeda dari tombol navigasi lain yang terdapat pada *header*, dari segi warna maupun bentuk. Bentuk pita dan border zigzag sangat populer dan merupakan *trend* pada waktu *home page* ini diluncurkan. Perbedaan ini diterapkan pada tombol register bisa karena tombol register merupakan tombol yang ditunjukkan pada pengunjung baru sebagai ajakan untuk bergabung. Pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi web, akan cenderung lebih lama dalam memproses web tersebut dibanding pengunjung yang sudah berkali-kali mengunjungi web. Karena itu dengan membuat tombol register menonjol kaskus dapat memiliki kesempatan lebih besar mendapatkan member baru, dengan tidak membuat pengunjung baru kesulitan untuk bergabung.

Pertanyaan No 7. Ikon yang digunakan untuk tombol *sign in*



Gambar 15. Visual No 7 Tahun 2012-2014

Ikon terdiri dari dua simbol yaitu tanda panah dan simbol penutup braket (]). Simbol penutup braket ini merupakan gambaran dari pintu, dan tanda panah yang mengarah pada setengah persegi panjang merupakan gambaran dari arah yang menuju ke ruangan didalam pintu. Meskipun bentuk setengah

persegi panjang kurang jelas artinya karena tidak benar-benar berbentuk pintu, tanda panah yang mengarah kedalam sangat membantu maksud dari ikon ini, dan ikon jenis ini sudah cukup sering digunakan, ketika mengetik "sign in icon" pada google maka akan muncul ikon pintu dan tanda panah. Meskipun sebagian besar dari member kaskus menganggap ikon ini mudah dimengerti, pada grafik diatas dapat dilihat bahwa cukup banyak member lain yang menganggap ikon cenderung susah dimengerti.



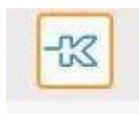
Gambar 16. Visual No 7 Tahun 2014-2015

Ikon berbentuk orang, yang mungkin memiliki arti member atau *profile*. Sudut pandang yang digunakan bisa dibedakan karena jika pada *home page* 2012-2014 menekankan pada "masuk", *home page* 2014-2015 menekankan pada "tujuan" nya yaitu menuju ke *profile page*. Keduanya sama-sama cukup sering digunakan, hanya saja gambar orang lebih mudah diketahui bahwa itu adalah gambar orang.



Gambar 17. Visual No 8 Tahun 2012-2014

Ikon *home* yang digunakan sesuai dengan namanya yaitu rumah. Ikon ini mudah dimengerti karena selain sesuai dengan namanya, ilustrasi yang dibuat jelas menggambarkan bentuk rumah, dan ikon ini juga sudah umum dipakai. Sebanyak 72 responden menjawab ikon ini mudah dimengerti, 11 responden yang netral dan 16 responden menjawab susah dimengerti.



Gambar 18. Visual No 8 Tahun 2014-2015

Ikon yang digunakan adalah logo dari kaskus. Penggunaan logo sebagai *link* menuju ke *home* sudah sangat sering digunakan, dan merupakan *trend* sekarang. Hampir semua website yang dibuat sekarang menggunakan logo mereka sebagai navigasi *home*. Jadi ikon ini mudah dimengerti terutama jika orang itu sering berkunjung di internet.

Pertanyaan No 9. Batas tombol navigasi pada *header*



Gambar 19. Visual No 9 Tahun 2012-2014

Pada *header* bagian kiri terdapat lima navigasi yaitu *home*, forum, jual beli, *groupee*, dan kaskus radio. Antar navigasi terdapat jarak yang membentuk sela-

sela dari navigasi yang satu ke navigasi yang lain. Pada sela ini juga terdapat garis tipis yang tidak mencolok namun memberi penegasan lebih terhadap batas navigasi. Hal sekecil apapun akan memberikan efek. Jadi pemberian garis ini dinilai berguna dan berpengaruh.



Gambar 20. Visual No 9 Tahun 2014-2015

Pada *header* bagian kiri terdapat empat navigasi yaitu *home*, forum, FJB, dan *playground*. Antar navigasi tidak memiliki pembatas seperti garis, tetapi menggunakan spasi yang lebih lebar dari normal. Penggunaan spasi sebagai batas juga sudah sering digunakan dan bisa dimengerti dengan baik, tentu hal ini sangat dipengaruhi oleh kata yang sudah sering digunakan, serta karena ketika *dihover* akan terlihat bahwa itu merupakan tombol

Pertanyaan no 10. Peletakan *search box* memudahkan penggunaan fitur *search*

Home page kaskus 2012-2014 :

Kotak pencarian pada umumnya diletakkan di bagian *header* sebelah kanan atau tengah sehingga mudah ditemukan dan ketika men-scroll halaman kotak search tidak hilang dan *user* dengan mudah dapat mengganti pencarian mereka kapanpun. Namun pada *home page* kaskus tahun 2012-2014 tombol search yang diletakkan dibagian content halaman terbukti tidak mengganggu member kaskus dalam melakukan pencarian. *Home page* kaskus bertipe *compact/no scrolling* layaknya facebook, dimana *content* tercantum pada bagian *above the fold*.

Home page kaskus 2014-2015 :

Kotak pencarian terdapat pada *header* bagian tengah, merupakan hal yang umum digunakan. Hal ini bekerja dengan baik dengan tipe *home page*, jadi ketika menscroll sampai kebawah, *search box* tetap akan terlihat.

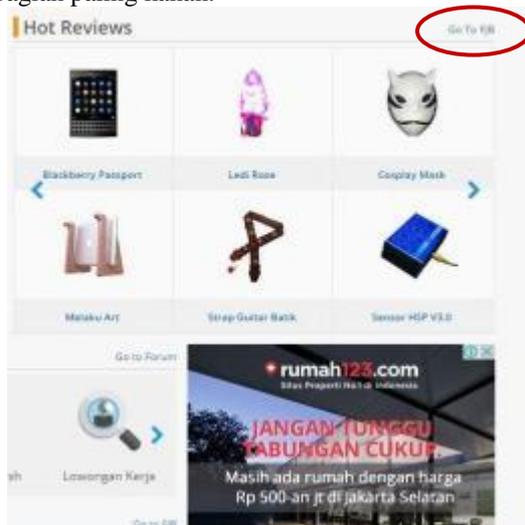
Pertanyaan No 11. Desain tombol "Go to forum" dan "Go to Jual Beli" memudahkan *user* yang ingin menuju forum maupun jual beli



Gambar 21. Visual No 11 Tahun 2012-2014

Kedua tombol ini memiliki dua warna yang berbeda, warna biru digunakan untuk forum dan warna hijau digunakan untuk jual beli, perbedaan warna ini sudah diterapkan pada desain *home page* kaskus

sebelumnya, meskipun sebelumnya tombol forum berwarna orange, tombol jual beli berwarna ungu. Pada tombol terdapat gambar panah, untuk menuju forum panah menghadap ke kiri dan untuk menuju jual beli panah menghadap ke kanan. Peletakkan tombol juga berperan besar, karena tombol "Go to Forum" dengan panah menghadap kiri diletakkan dibagian paling kiri, tanda panah menghadap ke ruang kosong. Hal ini bisa diartikan akan menuju ke halaman lain. Begitu pula tombol "Go to Jual Beli" yang diletakkan dibagian paling kanan.



Gambar 22. Visual No 11 Tahun 2014-2015

Link diletakkan di ujung kanan atas setiap kolom dengan warna tulisan biru dan ukuran kecil, tidak ada ikon yang digunakan. Link yang hanya berupa tulisan dinilai efektif untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, peletakkan tombol di tempat yang sama pada setiap kolom juga sangat berpengaruh.

Pertanyaan No 12. Pembatas antar judul pada kolom Hot Thread



Gambar 23. Visual No 12 Tahun 2012-2014

Pembatas antar judul digunakan untuk memudahkan pembacaan dan tidak mengurangi nilai estetika, bahkan kalau bisa menambah nilai estetika. Seperti salah satu teori yang dikemukakan oleh Johnson "Our Vision is Optimized to See Structure", penglihatan kita akan

lebih mudah menangkap suatu hal yang terstruktur. Pembatas berfungsi untuk membuat hal lebih terstruktur. Pada home page kaskus bagian kolom Hot Thread antar judul menggunakan bullet sebagai pembatas. Bullet menyatakan bahwa tiap baris adalah kalimat yang berbeda.



Gambar 24. Visual No 12 Tahun 2014-2015

Pada Hot Thread home page tahun 2014-2015, batas yang digunakan adalah garis tipis. Garis sangatlah efektif sebagai sekat, karena seolah seperti pagar yang membatasi. Dibanding dengan bullet yang hanya ada di awal kalimat, garis berada diantara dua kalimat, yang pasti lebih berpengaruh.

Pertanyaan No 13. Membaca font pada kolom Hot Thread ketika di hover

Sebelum hover (atas) dan ketika di hover (bawah) :

Jangan Takut Laporkan PNS Nakal

Jokowi-Gita Wirjawan Dalam Pilpres 2014?

Gambar 25. Visual No 13 Tahun 2012-2014

Hover merupakan salah satu jenis interaksi dengan user pada website. Ketika di hover, bagian itu akan mengalami suatu perubahan, pada home page kaskus tahun 2012-2014 ini perubahan yang terjadi adalah warna background yang sebelumnya berwarna putih berubah menjadi coklat tipis, dan tulisan yang sebelumnya memiliki ketebalan normal menjadi lebih tebal (bold). Terkadang perubahan ketika dihover tidak semua efektif karena tulisan menjadi tidak terbaca, tapi perubahan pada home bagian Hot Thread ini dinilai efektif karena ketika di hover, member dapat membaca tulisan dengan sangat jelas.

Sebelum hover (atas) dan ketika di hover (bawah) :

The Beast of Gevaudan, Monster

Museum, Nasibmu Kini...

Gambar 26. Visual No 13 Tahun 2014-2015

Ketika di hover, tulisan yang berwarna abu-abu berubah menjadi biru, warna background tidak berubah. Perubahan ini membuat tulisan masih bisa

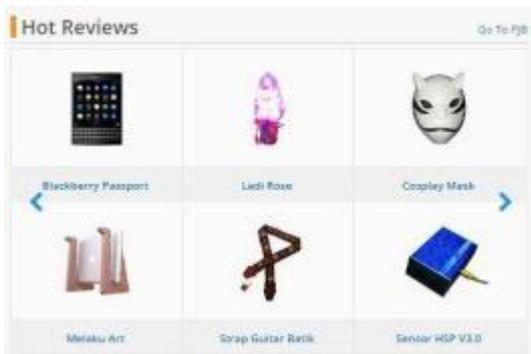
dibaca, namun mungkin lebih kurang jelas.

Pertanyaan No 14. Gambar (foto/ilustrasi) pada kolom "Jual Beli" mempengaruhi keinginan untuk melihat atau membeli di forum jual beli



Gambar 27. Visual No 14 Tahun 2012-2014

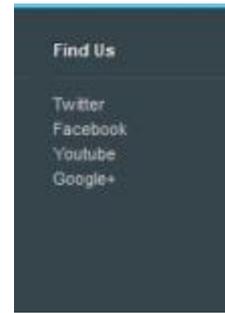
Bagian jual beli pada *home page* menggunakan ilustrasi dan foto ditengah-tengahnya. Ilustrasi yang digunakan adalah gambar ilustrasi benda-benda yang berhubungan dengan kegiatan jual beli diantaranya adalah uang, buku guide fmenjadi best seller, kalkulator, daftar harga, dan lainnya. Foto-foto yang digunakan adalah foto barang-barang yang memang ada dan dijualbelikan di kaskus dan diberi label nama toko atau nama barang tersebut. Ilustrasi dan foto ini mengkomunikasikan informasi mengenai jual beli di kaskus dan memperlihatkan melalui contoh jenis-jenis barang yang diperjualbelikan.



Gambar 28. Visual No 14 Tahun 2014-2015

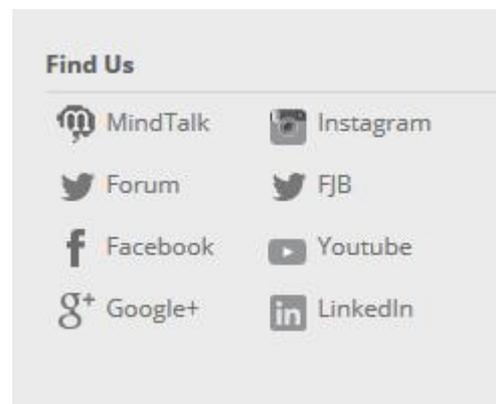
Pada tahun 2014-2015, masih tetap sama yaitu menggunakan foto contoh barang-barang. Perbedaannya adalah tidak ada ilustrasi di *home page* ini, penyajiannya lebih minimalis dan lebih tertata.

Pertanyaan no 15. *Link* sosial media



Gambar 29. Visual No 15 Tahun 2012-2014

Pada bagian *footer*, *link* hanya berupa tulisan, tidak menggunakan *icon*. Di bagian *find us*, tulisan menggunakan nama sosial media itu sendiri. Penulisan *link* seperti ini sudah cukup jelas dimengerti dan tidak membutuhkan *icon*.



Gambar 30. Visual No 15 Tahun 2014-2015

Pada *home page* tahun 2014-2015, menggunakan ikon disamping tulisan. Tulisan saja memang sudah cukup untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, tetapi adanya ikon menambah nilai estetis serta dapat menarik perhatian lebih.

Informasi (tertera pada *home page*)

Pertanyaan no 16-24 (banyaknya informasi, penyajian, kata yang digunakan)

Pertanyaan no 16. Banyaknya informasi pada *home page*

Home page tahun 2012-2014 menyajikan informasi yang cenderung sedikit, sedangkan *home page* tahun 2014-2015 menyajikan informasi yang sangat banyak. Berdasarkan pendapat member kaskus, mereka merasa banyaknya informasi pada *home page* yang lama meski cenderung sedikit sudah cukup, kebalikannya *home page* yang sekarang dinilai menyajikan informasi yang berlebihan banyaknya. Penyajian informasi yang banyak memberikan lebih banyak pilihan bagi *user*, tetapi jika banyaknya informasi membuat bingung *user*, maka bukannya membantu, *user* akan kesusahan menemukan titik fokus dari apa yang website tersebut perlihatkan. Dalam kasus kaskus, hal ini juga dipengaruhi karena

perubahan yang terlalu drastis dari *home page* yang sebelumnya. Karena banyaknya perubahan bisa menyebabkan *user* keget dan kewalahan.

Pertanyaan no 17 dan 18. Sekilas informasi mengenai forum dan jual beli yang tercantum pada *home page* Pada *home page* tahun 2012-2014, informasi mengenai forum hanyalah *Hot Thread* yang menyajikan judul-judul thread populer, informasi mengenai jual beli hanyalah review yang diperlihatkan dengan gambar-gambar serta nama dari produk. Pada *home page* tahun 2014-2015, yang mewakili forum adalah, "*Hot Threads*", "*Top Forum*", "*Promoted Forum*", "*Success Stories*", "*Quick Updates*", "*Kaskus HQ*", "*Regional*", serta tombol "*Create New Thread*", yang mewakili jual beli adalah, "*Hot Reviews*", "*Top Product*", "*Hot Services*", "*Second-Hand Goods*", serta tombol "*Start Selling*". Informasi yang terdapat pada *home page* 2012-2014 dinilai lebih sesuai dengan kebutuhan *user*.

Pertanyaan no 19. Informasi mengenai identitas kaskus

Di *home page* 2012-2014 informasi mengenai identitas kaskus hanya terletak pada *footer*, sedangkan di *home page* tahun 2014-2015 identitas kaskus juga terdapat pada *header* dengan kata "*what's new ?*". Meskipun *home page* yang lama hanya terdapat pada *footer* member kaskus tetap mengerti karena penempatan informasi mengenai identitas sudah umum diletakkan di bagian *footer*, jadi para responden yang sering berkutat di internet dan sering membuka-buka website pasti sudah terbiasa. Sedangkan pada *home page* yang sekarang pada *header* tulisan yang digunakan tidak langsung dapat diartikan merupakan identitas dari kaskus. *What's New* dapat diartikan yang baru dari kaskus atau berita baru, jual beli baru. Hal ini cukup ambigu hingga mungkin tidak terlalu memiliki pengaruh, atau justru menjadi pengaruh negatif.

Pertanyaan No 20. Urutan Penyajian Informasi

Home page 2012-2014 menyajikan informasinya dengan sederhana, hal ini juga akibat pengaruh dari material yang digunakan sedikit. Urutan penyajian adalah navigasi pada *header*, *search box* dan isi informasi pada *content*, serta navigasi dan identitas kaskus pada *footer*. Pada *home page* 2014-2015 urutan penyajiannya adalah navigasi dan *search box* pada *header*, navigasi dan informasi pada *content*, navigasi dan identitas pada *footer*. *Header* dan *footer* yang digunakan umum, pada bagian *content*, banyak sekali informasi dan material yang digunakan sebagai navigasi yang urutannya tidak runtut. Pada bagian atas terdapat *Hot Thread* (forum), dibawahnya adalah *top forum* (forum), kemudian *top product* (FJB), dilanjutkan dengan *promoted forums* (forum), lalu

Top Service (FJB), dan selanjutnya. Urutan ini tidak terkategori hingga banyak kemungkinan menimbulkan kebingungan.

Pertanyaan No 21. Kata yang digunakan pada tombol register

Home page kaskus 2012-2014 : Kata yang digunakan adalah *not a member ?*. Pertanyaan ini dimaksudkan untuk berinteraksi lebih kasual dengan pengunjung dengan bertanya apa sudah menjadi member atau belum. Penggunaan pertanyaan ini memungkinkan pengunjung untuk mengarahkan kursor pada tombol, karena tombol dimaksudkan bagi yang bukan member, jadi meskipun mereka tidak bermaksud bergabung, besar kemungkinan mereka akan terpancing mengarahkan kursor pada tombol.

Home page kaskus 2014-2015 : Kata yang digunakan adalah *join*. Tombol ini tidak akan memancing pengunjung, tetapi kata ini efektif karena sangat jelas maksudnya. Pada *home page* yang lama mungkin memang membuat lebih banyak orang yang terpancing, tetapi terpancing juga kemungkinan tidak mendaftar.

Pertanyaan No 22. Bantuan pengisian form *sign in*



Gambar 31. Visual No 22

Bantuan pengisian pada kedua *home page* sama, hanya berbeda peletakkan instruksi. Pada tahun 2012-2014 instruksi terletak di luar *box*, sedangkan 2014-2015 terletak didalam *box*. Kedua hal ini sama-sama efektif, hanya saja jika meletakkan didalam *box* akan lebih menghemat tempat, Serperti yang terlihat pada gambar, kaskus tahun 2014-2015 memiliki tempat ekstra untuk digunakan hal yang lain. Juga penggunaan warna yang berbeda membuat tiap instruksi lebih mudah diidentifikasi.

Pertanyaan No 23. Istilah tempat jual beli yang digunakan

Kaskus 2012-2014 menggunakan istilah "jual beli" sedangkan kaskus 2014-2015 menggunakan istilah "FJB". Bagi yang sudah merupakan member sejak lama pasti sudah tidak asing dengan istilah FJB, tetapi untuk member yang masih baru mungkin akan bertanya-tanya apa FJB. Kata jual beli lebih jelas, tetapi kata FJB lebih ciri khas dari kaskus. Berdasarkan jawaban member kaskus, kata jual beli lebih efektif.

Pertanyaan No 24. Instruksi melakukan pencarian pada *search box*

Home page kaskus 2012-2014 : Temukan informasi, komunitas, dan produk yang kamu cari disini

Home page kaskus 2014-2015 : Cari disini

Kedua instruksi ini sama jelasnya. Penggunaannya digunakan bergantung pada kondisi. Jika *search box* yang digunakan tidak cukup panjang, maka dapat menggunakan instruksi "cari disini". Jika *search box* cukup panjang, dapat menggunakan kalimat yang panjang, juga dapat menggunakan "cari disini", sesuai kebutuhan dan keinginan.

Pengoperasian

Pertanyaan no 25-29 (kemudahan melakukan sesuatu, tidak membingungkan, fleksibel)

Pertanyaan No 25 - 29.

Cara *sign in* dan langkah yang dibutuhkan untuk *sign in*. Cara agar bisa *sign in* membingungkan atau tidak. Langkah yang harus dilalui adalah 3 langkah, yaitu klik navigasi *sign in*, isi *username* dan *password* (terdapat pilihan untuk mengingat *username* dan *password* atau tidak), lalu klik tombol *sign in*. Tiga langkah ini dinilai sudah wajar dan tidak banyak.

Melakukan pencarian pada forum. Ketika ingin melakukan pencarian apakah sulit. Pada *home page search box* sangat berpengaruh untuk melakukan pencarian. Member merasa pencarian mudah dilakukan tetapi tidak sangat mudah. Pada *home page* 2012-2014 mungkin dikarenakan fleksibilitas dari *search box* yang terbatas, hanya pencarian biasa. Pada *home page* 2014-2015 terdapat lebih fleksibilitas pada *search box* yaitu dengan memilih ingin mencari

dibagian forum, atau FJB, *username*, atau keseluruhan. Tetapi pada *home page* 2014-2015 ini dengan banyaknya informasi yang terdapat pada *home page*, akan memancing pengunjung menelusuri kolom-kolom pada *content* pula, jadi faktor pencarian lebih besar di *content* dibanding *search box*.

Kemudahan memasuki bagian forum dan jual beli/FJB. Pada *home page* 2012-2014 memasuki forum atau jual beli sangat mudah karena selain navigasi pada *header*, pada *content* juga hanya terdapat tiga kolom, *search*, forum, dan jual beli, hal ini tidak akan membingungkan *user*. Pada *home page* 2014-2015, terdapat banyak cara untuk memasuki FJB dan forum, hal ini mungkin menguntungkan tetapi juga merugikan karena dapat membuat bingung. Petunjuk atau *help center* pada kaskus. *Help center* yang terletak di *footer* pada *home page* 2012-2014 memang cukup mudah dicari, tetapi jika diletakkan di *footer* dan *header* akan semakin efektif, terutama jika diletakkan disebelah navigasi *sign in/register/what's new* pada *home page* 2014-2015. Hal ini akan memudahkan *user*, terutama yang ingin bergabung karena tidak perlu scroll kebawah untuk mencari *help center*.

Pertanyaan No 30 - 34.

Lima pertanyaan ini ditujukan sebagai ungkapan pendapat dan perasaan yang didapat oleh member-member kaskus sewaktu memasuki dan menggunakan *home page* kaskus secara utuh. Bagus atau jelek, merupakan jawaban mengenai pendapat member terhadap *home page*. Mengecewakan atau memuaskan merupakan jawaban mengenai perasaan member terhadap *home page*. Sulit atau mudah merupakan jawaban member kaskus ketika mereka berada di *home page*, apakah kesusahan atau bingung, atau lancar. Kaku atau fleksibel merupakan jawaban member ketika *home page* memberikan mereka cukup kebebasan atau banyak batasan-batasan. *Not recommended* atau *recommended* merupakan jawaban member setelah membuka kaskus.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian telah diketahui bahwa *home page* kaskus tahun 2012-2014 dan 2014-2015 keduanya efektif

Secara analisa, terdapat tiga bidang yang diteliti yaitu desain (visual/grafis), informasi yang disajikan, dan pengoperasiannya :

- Pada desain : layout dengan kategori-kategori yang jelas serta disesuaikan dengan arah baca mata manusia, warna background dengan hue yang sama/berdekatan didukung dengan variasi pada saturasi akan menghasilkan kombinasi yang harmonis dan tidak membosankan, tipografi bisa menggunakan san serif maupun serif namun sans serif merupakan

pilihan yang lebih aman, warna font harus kontras dengan background, size font harus dibedakan antara judul dan isi, memberi unsur grafis untuk mendukung kemudahan pembacaan seperti sekat antar navigasi atau menu, efek hover jangan membuat tulisan menjadi tidak terbaca, ilustrasi/foto mendukung keaslian isi dan menggunakan kualitas yang bagus (gambar tidak pecah). Tombol dengan elemen ikon terlihat lebih menarik tetapi gunakan yang memiliki arti universal, gunakan tulisan disebelah kanan atau bawah ikon. Jika memilih antara ikon atau tulisan, pilih tulisan, karena tulisan lebih mudah dimengerti.

- Pada informasi : Banyaknya informasi secukupnya, pada home page harus ditulis website ini website apa, dan konten utama dari web. Penyajian informasi jangan membingungkan, lebih baik di kategorikan. Kata yang digunakan sebaiknya menggunakan istilah yang universal seperti *log in / sign in*.

- Pada Pengoperasian : Semakin sedikit langkah yang dibutuhkan untuk melakukan sesuatu lebih baik, semakin cepat pengunjung mengetahui apa yang harus dilakukan lebih baik. Sediakan bantuan disebelah tombol *register/sign in*.

Analisis diatas didukung oleh respon dari member kaskus yang menjawab kuesioner. Pada home page tahun 2012-2014 rata-rata yang didapat sebesar 3,95 dan *home page* tahun 2014-2015 memiliki rata-rata sebesar 3,68. Kedua home page mendapatkan nilai diatas 3 yang berarti kedua home page efektif. Hipotesis peneliti adalah kedua home page kaskus efektif, dan dari hasil penelitian ini, hipotesis peneliti terbukti benar yaitu kedua home page kaskus efektif. Tetapi terdapat perbedaan mengenai bagaimana efektifnya kedua home page. Kedua *home page* efektif, namun memiliki nilai yang berbeda dengan keunggulan dari *home page* tahun 2012-2014. Dilihat dari kategori, kategori desain, informasi, dan pengoperasian semua berpengaruh terhadap keefektifan *home page* 2012-2014, sedangkan pada *home page* 2014-2015, bidang desain dan pengoperasian berpengaruh terhadap keefektifannya, tetapi pada bidang informasi, terdapat dua hal yang tidak mempengaruhi keefektifan atau bernilai negatif yaitu banyaknya informasi dan urutan penyajian informasi pada *home page*.

Daftar Pustaka

Academia. Semiotika dalam Desain Komunikasi Visual Roland Bartes. Pesan ditampilkan dalam http://www.academia.edu/4049657/Semiotika_dalam_Desain_Komunikasi_Visual_roland_bartes
Bungin, Burhan. (2010) Metodologi penelitian kuantitatif : Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya Ed. 1, Cet. 5. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
Jadav, Ameeta D. (2003) *Designing Usable Web Interfaces*. New Jersey : Pearson Education, Inc
Javahery dan Seffah. (2002) *A model for usability*

pattern-oriented design. Infocore publishing house bucharest.

Johnson, Jeff. 2010. *Designing with the mind in mind : simple guide to understanding user interface design rules*. Amsterdam : Elsevier

Kaskus. (2014. Desember 10). Sejarah Kaskus. Pesan disampaikan dalam http://support.kaskus.co.id/about/sejarah_kaskus.html

Shneiderman, Ben dan Catherin Plaisant. (2010) *Designing the User Interface : Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Boston : Addison-Wesley

Sugiyono. (2013) Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Penerbit Alfabeta.

Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi

Sutanto. T. (2005). Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual. *Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung*. 15-16

Tekno.Kompas. (2014, November 24). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. Pesan disampaikan dalam <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>

Tekno.Kompas.(2014, Mei 22). Kaskus CEO Baru Tampilan Baru. Pesan ditampilkan dalam <http://tekno.kompas.com/read/2014/05/22/1007347/Kaskus.CEO.Baru.Tampilan.Baru>

The Huffington Post. (2012, Agustus 6). World's First Website, Created By Tim Berners-Lee In 1991, Is Still Up And Running On 21st Birthday. Pesan ditampilkan dalam http://www.huffingtonpost.com/2012/08/06/worlds-first-website_n_1747476.html

Tidwell, Jenifer. (2006) *Designing Interfaces*. Sebastopol : O'Reilly Media, Inc

Tinarbuko, Sumbo. (2008) *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra

West, Richard, dan Lynn H Turner. (2013) *Introducing Communication Theory : Analysis and Application*. New York : Mc Graw-Hill Education

Yamane, Taro. 1968. *Mathematics for economists : an elementary survey* 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall