

No. Skripsi: 2135/UN40.A2.11/PP/2020

ANALISIS SEMIOTIKA *USER INTERFACE*
(Analisis Semiotika Peirce pada Tampilan Website Bukalapak.com)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat



oleh

Jahda Agniya Mahmudah

NIM 1607883

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JAHDA AGNIYA MAHMUDAH

ANALISIS SEMIOTIKA *USER INTERFACE*

(Analisis Semiotika Peirce pada Tampilan Website Bukalapak.com)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si.
NIP 197008141994021001


Pembimbing II



Vidi Sukmayadi, M.Si.
NIP 198210222014041001

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Agha, M.Si.
NIP 198507172014041001

ANALISIS SEMIOTIKA USER INTERFACE
(Analisis Semiotika Peirce pada Tampilan Website Bukalapak.com)

oleh
Jahda Agniya Mahmudah
NIM 1607883

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Jahda Agniya Mahmudah 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
November 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi/tesis/disertasi dengan judul “Analisis Semiotika *User Interface*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, November 2020

Jahda Agniya Mahmudah
NIM 1607883

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi informasi memberikan banyak dampak bagi kehidupan manusia, mulai dari kemudahan akses informasi, efektivitas aktivitas, hingga perubahan besar bagi pertumbuhan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi. Namun, faktanya, tidak semua perusahaan memberikan kemudahan bagi penggunanya. Kesalahan umumnya terjadi pada bagaimana mereka merancang tampilan UI yang baik bagi penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu makna semiotika berdasarkan model semiotika Peirce yang digunakan dalam merancang desain tampilan UI situs Bukalapak.com sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, khususnya *e-commerce*. Penelitian dilakukan dengan metode analisis konten menggunakan model semiotika Peirce. Hasil temuan menunjukkan implikasi makna desain UI Bukalapak memiliki karakter yang intuitif dan instruksional.

Kata Kunci: *Website, user interface*, semiotika, semiotika Peirce.

ABSTRACT

The development of digitalization of information has many impacts on human life, from easy access to information, effectiveness of activities, to major changes in the growth of companies engaged in information technology. However, in fact, not all companies provide convenience for their users. Errors generally occur in how they design a good UI appearance for their users. This study aims to find out the meaning of semiotics based on Peirce's semiotic model used in designing the UI appearance of the Bukalapak.com site as a company engaged in information technology, especially e-commerce. The research was conducted by using the content analysis method using Peirce's semiotic model. The findings show that the design meaning of Bukalapak's UI is intuitive and instructional.

Keywords: Website, user interface, semiotics, Peirce semiotics.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBEAS PLAGIARISME.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.2. Digitalisasi Informasi.....	10
2.2. Karakteristik Tampilan Antarmuka.....	19
2.3. Semiotika dan Tampilan Antarmuka Pengguna.....	20
2.4. Kerangka Berfikir.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28

3.2. Proses Pengumpulan Data.....	28
3.3 Analisis Data.....	36
3.4. Keabsahan Data.....	37
3.5. Etis Penelitian.....	39
BAB IV.....	41
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Temuan dan Pembahasan Penelitian.....	41
4.2. Efisiensi dan Instruksi sebagai Makna Semiotika dalam Elemen Visual Bukalapak.....	59
4.3. Impelementasi Model Semiotika Serta Analisisnya dalam Tampilan Situs Bukalapak.....	61
4.4. Analisis Makna Triadik Model Semiotika Pierce dala Situs Bukalapak.	65
BAB V.....	71
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Implikasi.....	72
5.3. Rekomendasi.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Input Controls.....	28
Tabel 3.2 Komponen Navigasi.....	30
Tabel 3.3 Komponen Informasi.....	32
Tabel 3.4 Containers.....	33
Tabel 4.1 Sensory Design Situs Bukalapak.....	45
Tabel 4.2 Interface Design-Input Controls Situs Bukalapak.....	47
Tabel 4.3 Interface Design-Komponen Navigasi Situs Bukalapak.....	51
Tabel 4.4 Interface Design-Komponen Informasi Situs Bukalapak.....	54
Tabel 4.5 Interface Desain-Containers Situs Bukalapak.....	56
Tabel 4.6 Interface Design-Input Control Situs Bukalapak.....	59
Tabel 4.7 Analisis Semiotika dalam Situs Web Bukalapak.....	62
Tabel 4.8 Makna Representamen dalam Situs Web Bukalapak.....	65
Tabel 4.9 Makna Objek dalam Situs Bukalapak.....	66
Tabel 4.10 Makna Interpretan dalam Situs Bukalapak.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Triadik Semiotika Peirce.....	24
Gambar 2.2 Model Semiotika Peirce dalam simbol <i>save</i> atau simpan yang kerap muncul dalam berbagai perangkat aplikasi.....	25
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Tampilan utama situs web Bukalapak.com.....	41
Gambar 4.2 Tampilan utama situs web Bukalapak.com.....	42
Gambar 4.3 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	42
Gambar 4.4 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	43
Gambar 4.5 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	43
Gambar 4.6 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	43
Gambar 4.7 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	44
Gambar 4.8 Hasil Temuan dalam situs web Bukalapak.com.....	45
Gambar 4.9 Skema Implementasi Semiotika dalam Tampilan Situs Web.....	61
Gambar 4.10 Makna Triadik dalam Situs Bukalapak.....	68

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, T. Y., Heriyanni, E., & Musthofa, T. A. S. (2017). Mobile web application for students' and lecturers' portfolio gallery. *Library Hi Tech News*, 34(5), 14–18. <https://doi.org/10.1108/LHTN-02-2017-0012>
- Akbar. (2018). *Website Paling Sering Diakses Publik Indonesia | Databoks. Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/02/website-paling-sering-diakses-publik-indonesia>
- Anaba, A., & Cobblah, M. A. (2005). Relevant issues in the provision of digital information in Africa. *Library Hi Tech News*, 22(9), 18–20. <https://doi.org/10.1108/07419050510640486>
- Anna, N. E. V. (2018). Transformation of public library websites in Indonesia. *Library Hi Tech News*, 35(8), 10–14. <https://doi.org/10.1108/LHTN-02-2018-0011>
- Astutik, Y. (2019). *Penghargaan Bukalapak*. <https://www.bukalapak.com/about/award?page=2>
- Butt, N., Warraich, N. F., & Tahira, M. (2019). Development level of electronic government services: An empirical study of e-government websites in Pakistan. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 68(1–2), 33–46. <https://doi.org/10.1108/GKMC-05-2018-0045>
- Cao, J., Zieba, K., & Ellis, M. (2015a). *Interaction Design Best Practices: Mastering the Intangibles*.
- Cao, J., Zieba, K., & Ellis, M. (2015b). *Interaction Design Best Practices: Mastering the Tangibles*. 106. www.uxpin.com
- Cao, J., Ziebak, K., Stryjewski, K., & Ellis, M. (2015). Consistency in UI Design. In *UXPin Inc*.
- Carnegie, D. (2019). *How to Win Friends and Influence People in the Digital Age*. PT. Gramedia.
- Chandra, R., & Guntupalli, C. (2013). *User Interface Design-Methods and Qualities of a Good User Interface Design*. www.hv.se
- Chen, J. V., Chen, Y., & Capistrano, E. P. S. (2013). Process quality and collaboration quality on B2B e-commerce. *Industrial Management and Data Systems*, 113(6), 908–926. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2012-0368>
- Chiu, W., & Cho, H. (2019). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0403>
- Chowdhury, M. M. H., & Quaddus, M. (2016). Supply chain readiness, response and recovery for resilience. *Supply Chain Management*, 21(6), 709–731.

<https://doi.org/10.1108/SCM-12-2015-0463>

- Creswell, J. W. (2009). *Research Design : Qualitative, quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publisher.
- Deaton, M. (2003). The elements of user experience: user-centered design for the Web. In *Interactions* (Vol. 10, Issue 5). <https://doi.org/10.1145/889692.889709>
- Dewi, M. (2013). REPRESENTASI PAKAIAN MUSLIMAH DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova). *Profetik*, 6(2), 63–82.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Friedman, A., & Thellefsen, M. (2011). Concept theory and semiotics in knowledge organization. *Journal of Documentation*, 67(4), 644–674. <https://doi.org/10.1108/00220411111145034>
- Fryc, L. M. (2010). Are tourism websites useful for travelers? Applying an information audit rubric for mediterranean tourism destination websites. In *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research* (Vol. 4). Elsevier. [https://doi.org/10.1108/S1871-3173\(2010\)0000004008](https://doi.org/10.1108/S1871-3173(2010)0000004008)
- Haq, N. U., Raja, A. A., Nosheen, S., & Sajjad, M. F. (2018). Determinants of client satisfaction in web development projects from freelance marketplaces. *International Journal of Managing Projects in Business*, 11(3), 583–607. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-02-2017-0017>
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Hung, E. C. K., & Wong, S. K. H. (2018). A Study of Semiotics : An Investigation of the Use of Signs and Symbols to Provide Positive Shopping Experience in a Cashier-Less Store. *Department of Journalism and Communication*, 116–120.
- Islam, M. N. (2012). Semiotics perception towards designing users' intuitive web user interface: A study on interface signs. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 129 LNBIP, 139–155. https://doi.org/10.1007/978-3-642-33244-9_10
- Islam, M. N. (2013). A systematic literature review of semiotics perception in user interfaces. In *Journal of Systems and Information Technology* (Vol. 15, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/13287261311322585>
- Islam, M. N. (2014). Exploring interface sign ontologies for web user interface design and evaluation: A user study. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 426(c), 87–96.
- Lu, Y., John QGuo, C., Lu, Y., & Gupta, S. (2017). *Nankai Business Review International Article information : The Role of Online Communication in Avoiding the Restrictiveness of Shopping Websites : A Social Learning Theory Perspective*.

- Mamuaya, R. (n.d.). *Long Overdue, E-Commerce Group BukaLapak Finally Supports Online Payment | Dailysocial*. Retrieved October 16, 2020, from <https://dailysocial.id/post/bukalapak-online-payment>
- Marcus, A. (2015). HCI and User-experience Design: Fast-forward to the Past, Present, and Future. *Interactions ACM*, 10(1), 21–25. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6744-0>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosadakarya.
- Morville, P. (2003). Information architecture for the World Wide Web. In *Choice Reviews Online* (Vol. 40, Issue 06). <https://doi.org/10.5860/choice.40-3447>
- Mura, P., Pahlevan-Sharif, S., & Wijesinghe, S. N. R. (2015). *Qualitative Online Research in Tourism - A Systematic Review of The Literature. Unit 07*, 1–5.
- Murano, P. (2018). *International Journal of Sistem Informasi Web*.
- Naomi, S. (2017). *Digitalisasi Koleksi Grey Literature pada Perpustakaan Universitas HKBP Nomensen Medan*. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/4258>
- Nulhusna, R., Sandhyaduhita, P. I., Hidayanto, A. N., & Phusavat, K. (2017). The relation of e-government quality on public trust and its impact on public participation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 11(3), 393–418. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2017-0004>
- Parboteeah, D., Valacich, J., & Wells, J. (2009). The Influence of Website Characteristics on a Consumer's Urge to Buy Impulsively. *Information Systems Research*, 20 (1), 60–78.
- Rochmawati, I. (2019). Analisis User Interface Situs Web iwearup.com. *Visualita*, 7(2), 14. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/download/1459/1006>
- Sharma, G. (2015). The effects of online service quality of e-commerce websites on user satisfaction Introduction. *Collection Management*, 9(2–3), 133–141. https://doi.org/10.1300/J105v09n02_12
- Sjöström, J. (2014). Virtual, Distributed and Flexible Organisations. *Virtual, Distributed and Flexible Organisations, May 2014*. <https://doi.org/10.1007/1-4020-2162-3>
- Speroni, M., & Paolini, P. P. (2006). Mastering the Semiotics of Information-Intensive Web Interfaces A dissertation presented by. *Communication, February*.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Alfabeta.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Surjaman, & Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja

Rosadakarya.

- Tamtomo, A. B. (2019). *Perkembangan dan Kebutuhan Web di Indonesia*. <https://www.saibumi.com/artikel-56776-perkembangan-dan-kebutuhan-web-di-indonesia.html>
- Veg-Sala, N., & Roux, E. (2014). A semiotic analysis of the extendibility of luxury brands. *Journal of Product and Brand Management*, 23(2), 103–113. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2014-0499>
- Vignau Sánchez, B. S., & Quesada, I. L. P. (2006). Collection Development in a digital environment: An imperative for information organizations in the twenty-first century. *Collection Building*, 25(4), 139–144. <https://doi.org/10.1108/01604950610706005>
- Yuen Law, H. (2013). Reinventing teaching in mathematics classrooms. *International Journal for Lesson and Learning Studies*, 2(2), 101–114. <https://doi.org/10.1108/20468251311323360>
- Zhitomirsky-Geffet, M., & Maman, Y. (2014). Wisdom of the crowds and online information reliability: A case study of Israeli real estate websites. *Online Information Review*, 38(3), 417–435. <https://doi.org/10.1108/OIR-07-2013-0176>