PERANCANGAN WEBSITE VETPICTUREAN MELALUI PENDEKATAN DESIGN THINKING SEBAGAI STRATEGI SUSTAINABLE DESIGN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Verly Berlian Tini [1)]

[1)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
verlyberliantini@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan media digital yang mampu meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat identitas merek. Salah satu media yang berperan penting adalah website karena mampu memberikan informasi, promosi, edukasi, dan komunikasi dalam satu platform. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses perancangan website Vetpicturean melalui pendekatan *Design Thinking* sebagai strategi *Sustainable Design* dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif deskriptif dengan tahapan *Design Thinking* yang meliputi *empathize, define, ideate, prototype,* dan *testing*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan *Design Thinking* mampu menghasilkan rancangan website yang berorientasi pada kebutuhan pengguna melalui penyusunan struktur informasi yang terintegrasi, identitas visual yang konsisten, navigasi yang mudah dipahami, serta penyediaan fitur edukasi dan konsultasi. Implementasi prinsip *Sustainable Design* menjadikan website tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan komunikasi yang mendukung keberlanjutan transformasi digital UMKM. Keberadaan website juga meningkatkan *brand awareness* Vetpicturean melalui penguatan identitas merek, peningkatan pengalaman pengguna, serta penyediaan informasi yang lebih kredibel dan mudah diakses.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Design Thinking, Sustainable Design, UMKM, Website.*

ABSTRACT

Digital transformation has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to develop digital media capable of enhancing competitiveness while strengthening brand identity. One of the most significant digital platforms is a website, as it serves as an integrated medium for information dissemination, promotion, education, and communication. This study aims to analyze the website design process of Vetpicturean using the Design Thinking approach as a Sustainable Design strategy to enhance brand awareness. The research employed a descriptive qualitative method with the Design Thinking stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and testing. Data were collected through observations, interviews, and documentation studies. The findings indicate that the Design Thinking approach successfully produced a user-centered website design by developing an integrated information architecture, maintaining a consistent visual identity, providing intuitive navigation, and incorporating educational and consultation features. The implementation of Sustainable Design principles enables the website to function not only as a promotional platform but also as an educational and communication medium that supports the sustainable digital transformation of MSMEs. Furthermore, the website enhances Vetpicturean's brand awareness by strengthening its brand identity, improving user experience, and providing credible and easily accessible information.

Keywords : *Brand Awareness, Design Thinking, Sustainable Design, MSMEs, Website.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjalankan aktivitas bisnis, khususnya dalam membangun komunikasi dengan konsumen dan memperkuat identitas merek. Perkembangan teknologi informasi mendorong UMKM untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif, efisien, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Di tengah meningkatnya persaingan bisnis, kehadiran media digital tidak hanya sekedar menjadi bagian dari aktivitas promosi, melainkan telah menjadi bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan.

Dalam perkembangan pemasaran digital, website menjadi salah satu media promosi yang banyak digunakan. Keberadaan website memungkinkan penyampaian informasi dan promosi produk secara menyeluruh kepada calon konsumen. Website memiliki peran penting sebagai pusat informasi yang mampu mengintegrasikan profil usaha, katalog produk, layanan, artikel edukasi, serta komunikasi dengan konsumen dalam satu platform digital. Melalui website juga pemilik usaha dapat meluaskan jangkauan pasar tanpa ada batasnya, karena selain dari kecepatan dalam menyebarkan informasi website juga dapat diakses dimanapun dan kapanpun (Zakiyah, 2022).

Vetpicturean merupakan UMKM yang bergerak di bidang kesehatan hewan dengan menyediakan produk suplemen berbahan alami, layanan konsultasi dokter hewan, serta edukasi mengenai kesehatan hewan peliharaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa aktivitas promosi Vetpicturean masih bergantung pada media sosial, marketplace, dan layanan pesan instan. Akibatnya, informasi mengenai produk, layanan konsultasi, edukasi kesehatan, maupun identitas merek tersebar pada berbagai platform sehingga pengguna harus berpindah media untuk memperoleh informasi secara lengkap. Selain itu, proses konsultasi dan transaksi yang masih dilakukan secara manual melalui layanan percakapan menyebabkan turunnya efektivitas pelayanan kepada konsumen.



Gambar 1. Marketplace Vetpicturean
Sumber: https://id.shp.ee/FTCzzaRZ, 2026



Gambar 2. Media Sosial Vetpicturean
Sumber: https://www.instagram.com/vetpicurean.id?obrf=MTlyNnpjd3QyMDY0NQ==, 2026

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa Vetpicturean memerlukan media digital yang mampu mengintegrasikan seluruh informasi dan layanan dalam satu platform yang mudah diakses. Pengembangan media digital ini juga dapat dipadukan dengan konsep Sustainable Design, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menciptakan produk, bangunan dan sistem yang memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat sepanjang siklusnya. Hal ini melibatkan pengintegrasian prinsip-prinsip berkelanjutan ke dalam proses desain untuk mengoptimalkan kinerja, meminimalkan dampak negatif, dan meningkatkan kesejahteraan manusia, dan lingkungan (GSA, 2023). Dengan pendekatan tersebut, website yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media edukasi, komunikasi, dan penguatan identitas merek yang mampu mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas penerapan Design Thinking dalam pengembangan antarmuka website maupun pemanfaatan website sebagai media branding. Namun, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan pendekatan Design Thinking dengan konsep Sustainable Design dalam upaya meningkatkan brand awareness pada UMKM masih relatif terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis proses perancangan website Vetpicturean melalui pendekatan Design Thinking sebagai strategi Sustainable Design dalam meningkatkan brand awareness.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Design Thinking sebagai pendekatan utama dalam proses perancangan website Vetpicturean. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada identifikasi kebutuhan pengguna, analisis permasalahan, serta pengembangan solusi desain yang mampu menjawab kebutuhan UMKM dalam meningkatkan brand awareness melalui media digital. Pendekatan Design Thinking digunakan dengan tujuan agar keinginan yang kompleks dari para pengguna dapat terdefinisikan secara jelas sehingga kedepannya penggunaan

antarmuka pengguna menjadi lebih optimal dan menciptakan pengalaman mengakses informasi dengan nyaman, mudah, efektif serta efisien (Hutasuhut, 2022).

Data penelitian diperoleh melalui observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap Vetpicturean sebagai objek penelitian. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi Vetpicturean, meliputi media digital yang digunakan saat ini, sistem pemasaran, alur komunikasi dengan konsumen, serta identitas visual yang telah dimiliki. Selain itu, dilakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan bisnis, kendala dalam penyampaian informasi kepada konsumen, serta harapan terhadap pengembangan website.

Metode Design Thinking diterapkan melalui lima tahapan utama, yaitu *empathize, define, ideate, prototype,* dan *testing*. Pada tahap *empathize*, dilakukan identifikasi kebutuhan pengguna melalui observasi dan wawancara untuk memahami pengalaman, permasalahan, dan perilaku calon pengguna website. Tahap *define* bertujuan merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan pengguna sehingga diperoleh fokus permasalahan yang akan diselesaikan. Tahap *ideate* menghasilkan berbagai alternatif solusi berupa konsep website, struktur informasi, serta fitur-fitur yang sesuai dengan karakteristik pengguna dan kebutuhan Vetpicturean. Selanjutnya, tahap *prototype* dilakukan dengan merancang antarmuka website menggunakan Figma melalui penyusunan *wireframe, design system,* dan *high fidelity prototype.* Tahap terakhir yaitu *testing* bertujuan mengevaluasi prototype untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan, efektivitas navigasi, serta kesesuaian desain terhadap kebutuhan pengguna.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan hasil setiap tahapan *Design Thinking* terhadap tujuan penelitian. Analisis difokuskan pada bagaimana proses perancangan website mampu mengimplementasikan prinsip *Sustainable Design*, seperti keberlanjutan fungsi, kemudahan pengembangan, efisiensi penyampaian informasi, serta peningkatan pengalaman pengguna (*user experience)*. Selain itu, penelitian juga menganalisis kontribusi website terhadap penguatan *brand awareness* melalui penyajian identitas visual yang konsisten, struktur informasi yang terintegrasi, dan kemudahan akses bagi konsumen.

PEMBAHASAN

Tahap Empathize

Tahap *empathize* dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik Vetpicturean untuk memahami karakteristik usaha, kebutuhan pengguna, serta kendala yang dihadapi selama proses pemasaran digital. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan beberapa permasalahan utama dalam sistem yang sedang berjalan, yaitu:

1. Ketergantungan terhadap marketplace menyebabkan keuntungan produk berkurang akibat adanya biaya administrasi dari platform.
2. Sistem transaksi melalui chat masih dilakukan secara manual sehingga proses pemesanan membutuhkan waktu lebih lama.
3. Pengelolaan pesanan belum memiliki sistem yang terstruktur sehingga berpotensi menyebabkan kesalahan pencatatan.
4. Admin memiliki beban kerja lebih tinggi karena harus menangani pemesanan, konsultasi, dan pertanyaan pelanggan secara berulang.
5. Informasi mengenai produk belum tersampaikan secara maksimal sehingga pengguna mengalami kesulitan memahami manfaat dan memilih produk sesuai kebutuhan hewan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dibutuhkan sebuah website yang mampu menjadi media informasi, edukasi, konsultasi, sekaligus membantu proses penjualan secara lebih efektif.

Tahap Define

Tahap *Define* bertujuan mengolah hasil observasi dan wawancara pada tahap *Empathize* untuk mengidentifikasi permasalahan utama menunjukkan bahwa konsumen membutuhkan media yang

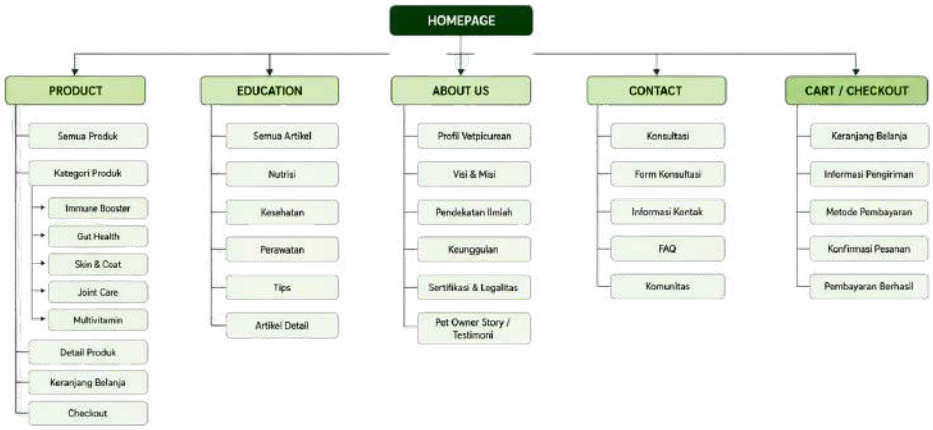
mampu menyajikan informasi produk secara lengkap, mudah dipahami, dan dapat diakses tanpa harus melakukan konsultasi terlebih dahulu. Selain itu, pengguna juga mengharapkan adanya media edukasi mengenai kesehatan hewan yang dapat dijadikan referensi sebelum melakukan pembelian produk. Berdasarkan identifikasi tersebut, dirumuskan bahwa pet owner membutuhkan media yang sederhana, informatif, dan mudah digunakan untuk membantu mereka memahami kondisi hewan peliharaan, memperoleh edukasi kesehatan, menemukan produk yang sesuai, serta melakukan konsultasi sebelum melakukan pembelian. Menanggapi kebutuhan tersebut, solusi yang dikembangkan adalah perancangan website Vetpicturean sebagai platform terpadu yang menggabungkan fungsi informasi, edukasi, konsultasi, dan penjualan produk kesehatan hewan. Website dirancang dengan kategori produk berdasarkan kebutuhan kesehatan hewan sehingga pengguna dapat menemukan produk yang relevan dengan lebih cepat, serta dilengkapi fitur *Education Center* untuk meningkatkan pengetahuan pet owner mengenai kesehatan hewan. Dengan demikian, website diharapkan mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih efektif sekaligus mendukung komunikasi dan transformasi digital Vetpicturean.

Tahap Ideate

Pada tahap ideate, alternatif solusi dirancang berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna. Pada tahap ini dirancang konsep website Vetpicturean sebagai platform digital yang informatif dan berorientasi pada *user experience*. Untuk menjawab kebutuhan lainnya, website dilengkapi dengan fitur *Product Page* sebagai katalog produk, *Product Categorization* untuk memudahkan pencarian berdasarkan kebutuhan hewan, *Education Center* sebagai media edukasi kesehatan hewan, serta fitur konsultasi yang menghubungkan pengguna dengan Vetpicturean. Selain itu, tersedia fitur pendukung seperti *About Us*, testimoni, sertifikasi, dan halaman kontak guna meningkatkan kepercayaan pengguna sekaligus mempermudah proses konsultasi dan pembelian. Penyusunan struktur informasi dilakukan menggunakan *sitemap* dan *user flow* sehingga pengguna dapat mengakses informasi secara sistematis dan mudah dipahami.

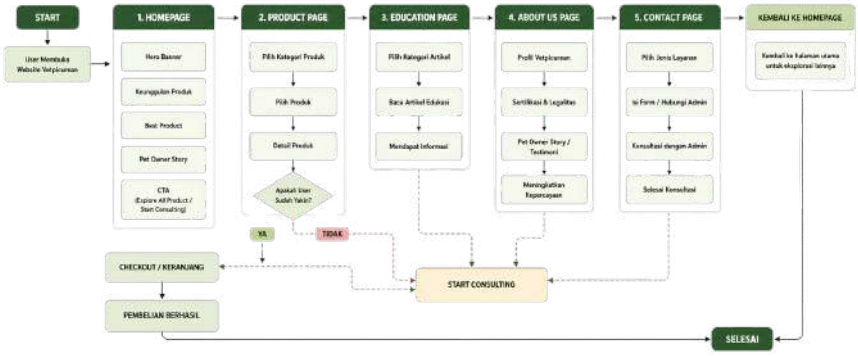
Konsep *Sustainable Design* juga diterapkan sebagai dasar dalam perancangan website Vetpicturean agar website tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga mampu memberikan manfaat dalam jangka panjang. Penerapannya diwujudkan melalui penyusunan struktur informasi yang terintegrasi dalam satu platform, arsitektur informasi yang fleksibel sehingga mudah dikembangkan sesuai kebutuhan, serta desain antarmuka yang konsisten untuk memperkuat identitas merek. Selain itu, website dirancang dengan navigasi yang sederhana dan berorientasi pada *user experience* sehingga pengguna dapat memperoleh informasi, edukasi, dan layanan konsultasi dengan lebih efektif. Dengan pendekatan tersebut, website diharapkan menjadi media digital yang adaptif, mudah dipelihara, dan mendukung transformasi digital Vetpicturean secara berkelanjutan.

Berikut merupakan rancangan *sitemap* website Vetpicurean:



Gambar 3. Sitemap website Vetpicurean
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

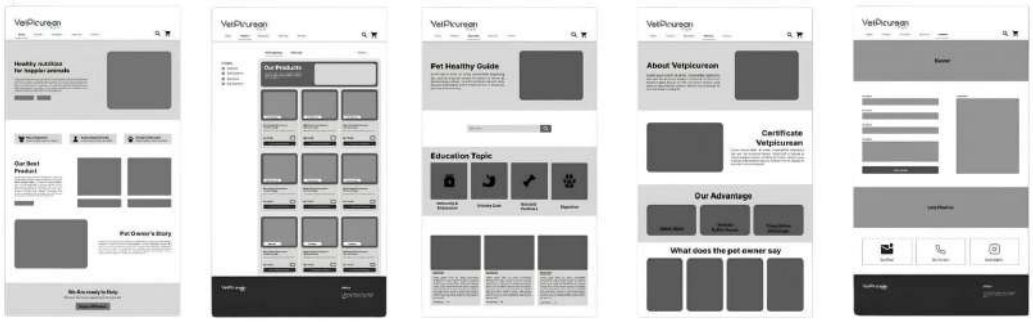
Berikut merupakan rancangan *user flow* website Vetpicurean:



Gambar 4. User Flow Website Vetpicurean
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Tahap Prototype

Tahap *Prototype* diawali dengan pembuatan *wireframe low fidelity* menggunakan Figma untuk menyusun struktur informasi, tata letak, dan navigasi website. Wireframe terdiri atas halaman *Homepage, Product Page, Education Page, About Us,* dan *Contact Page,* yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna agar alur pencarian informasi dan layanan menjadi lebih mudah dipahami.



Gambar 5. Wireframe Low Fidelity Website Vetpicurean
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Pembuatan prototipe juga menerapkan prinsip *Sustainable Design* melalui penggunaan *design system* yang konsisten, struktur halaman yang modular, serta navigasi yang mudah dipahami. Penerapan prinsip tersebut bertujuan agar website mudah dikembangkan, dipelihara, dan tetap mampu memberikan pengalaman pengguna yang konsisten seiring perkembangan kebutuhan Vetpicturean.

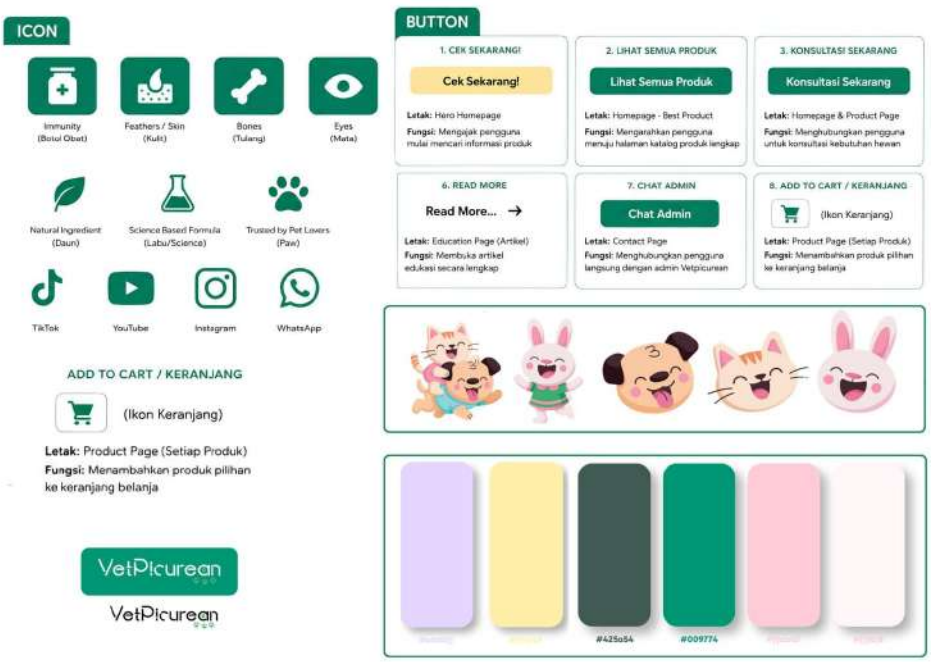
Selanjutnya, wireframe dikembangkan menjadi desain *high fidelity* menggunakan Figma dengan menerapkan elemen *User Interface* (UI) berdasarkan identitas visual yang telah dimiliki oleh Vetpicturean. Identitas visual tersebut menjadi acuan utama dalam menentukan tampilan website agar memiliki kesinambungan dengan karakter merek yang telah dibangun sebelumnya. Pengembangan desain dilakukan dengan mengadaptasi elemen visual Vetpicturean, meliputi logo, palet warna, tipografi, ilustrasi maskot, serta elemen grafis pendukung, kemudian menerapkannya secara konsisten pada setiap halaman website. Pendekatan ini bertujuan agar website tidak hanya berfungsi sebagai

media informasi dan promosi, tetapi juga menjadi representasi digital yang memperkuat pengenalan dan karakteristik merek Vetpicturean.

Dari segi warna, penggunaan warna hijau dan warna pastel disesuaikan dengan identitas visual Vetpicturean untuk merepresentasikan kesan natural, sehat, ramah, dan terpercaya sebagai merek yang bergerak di bidang kesehatan hewan. Warna tersebut diterapkan pada elemen antarmuka, seperti latar belakang, tombol, bagian navigasi, serta elemen penekanan informasi, dengan memperhatikan keseimbangan visual dan keterbacaan. Pada aspek tipografi, penggunaan jenis huruf, ukuran, dan ketebalan disusun secara konsisten untuk membentuk hierarki informasi yang jelas antara judul, subjudul, deskripsi produk, dan konten edukasi. Penerapan hierarki tipografi ini membantu pengguna memahami informasi secara bertahap sekaligus menjaga keseragaman tampilan di seluruh halaman website.

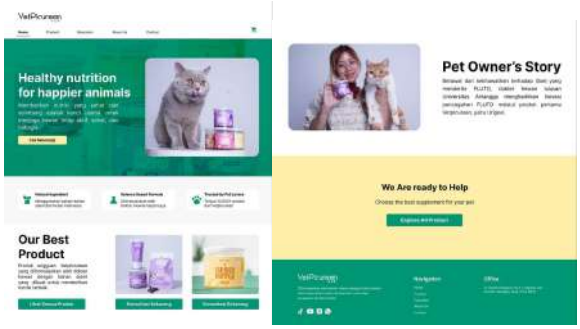
Elemen ilustrasi dan fotografi juga digunakan untuk mendukung penyampaian informasi serta memperkuat karakter visual merek. Ilustrasi maskot berbentuk karakter hewan digunakan sebagai elemen visual yang merepresentasikan kedekatan Vetpicturean dengan hewan peliharaan dan pemiliknya, sekaligus menciptakan kesan komunikatif dan bersahabat. Sementara itu, foto produk merupakan foto yang sudah ada dari vetpicturean yang biasanya digunakan untuk foto produk di marketplace. Foto produk digunakan untuk memperlihatkan produk Vetpicturean secara lebih nyata sehingga pengguna dapat mengenali produk yang ditawarkan. Selain itu, supergrafis bermotif jejak kaki (*paw pattern*) diterapkan sebagai elemen dekoratif yang memperkuat keterkaitan visual dengan dunia hewan peliharaan. Perpaduan ilustrasi, fotografi, dan supergrafis tersebut dirancang agar saling mendukung tanpa mengurangi kejelasan informasi utama pada website.

Pada perancangan ikon, elemen visual dibuat secara mandiri agar memiliki gaya yang selaras dengan identitas visual Vetpicturean. Ikon dirancang dengan bentuk sederhana, mudah dikenali, dan konsisten secara gaya visual. Pembuatan ikon secara khusus ini bertujuan menciptakan karakter antarmuka yang lebih khas dibandingkan penggunaan ikon generik, sekaligus membantu pengguna mengenali fungsi navigasi dan layanan yang tersedia. Ikon kemudian diterapkan pada elemen antarmuka yang relevan, seperti navigasi halaman, informasi produk, edukasi kesehatan hewan, dan akses konsultasi.



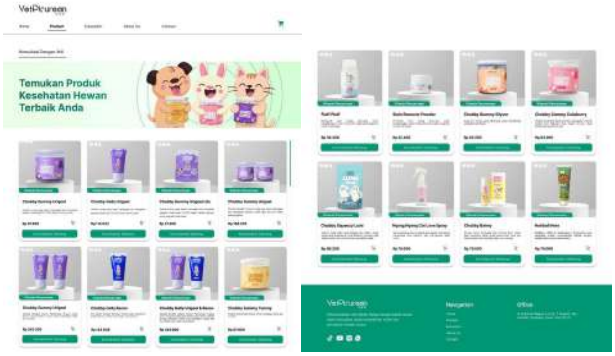
Gambar 6. Identitas Visual Vetpicurean
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Berikut merupakan tampilan Halaman *Homepage*



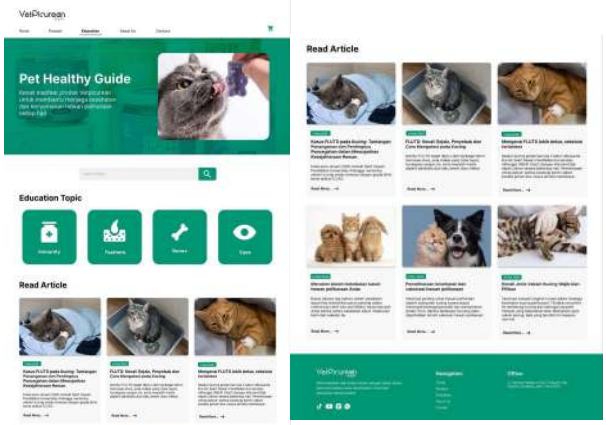
Gambar 7. Tampilan Homepage
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Tampilan Halaman *Product Page*



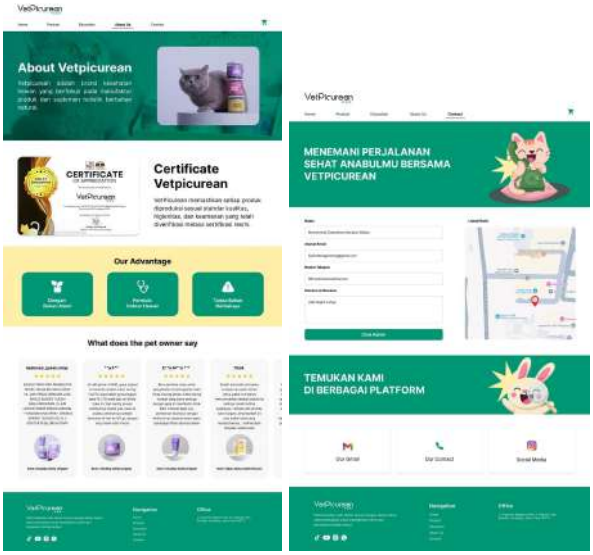
Gambar 8. Tampilan Product Page
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Tampilan Halaman *Education Page*



Gambar 9. Tampilan Education Page
Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Tampilan Halaman *About Us* dan *Contact Page*



Gambar 10. Tampilan About Us dan Contact Page

Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Tahap Testing

Tahap *Testing* merupakan tahap akhir dalam metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk mengevaluasi *prototype* website Vetpicturean berdasarkan pengalaman pengguna. Pengujian dilakukan menggunakan prototype yang telah dirancang di Figma dengan melibatkan 30 responden yang mewakili calon pengguna (*pet owner*). Responden diminta mencoba alur utama website, mulai dari mengakses *Homepage*, mencari produk, membaca informasi pada *Education Center*, melihat profil Vetpicturean, hingga mengakses fitur konsultasi.

Setelah mencoba *prototype*, responden mengisi kuesioner menggunakan skala Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Aspek yang dievaluasi meliputi tampilan visual, kemudahan navigasi, kemudahan menemukan informasi, kelengkapan informasi produk, manfaat fitur edukasi, kemudahan menggunakan fitur konsultasi, serta kesesuaian website dengan identitas Vetpicturean sebagai brand kesehatan hewan. Berikut daftar pertanyaan kuesioner untuk pengujian oleh 30 orang pengguna calon pengguna (*pet owner*).

Tabel 1. Kuesioner testing

No.	**Pernyataan**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1.	Tampilan website menarik dan mudah dipahami.	17	13	0	0
2.	Navigasi website mudah digunakan.	16	13	1	0
3.	Informasi produk mudah ditemukan.	18	11	1	0

4.	Informasi yang disajikan lengkap dan mudah dipahami.	15	14	1	0
5.	Fitur Education Center memberikan informasi yang bermanfaat.	19	11	0	0
6.	Kategori produk memudahkan pencarian produk yang sesuai.	17	12	1	0
7.	Fitur konsultasi mudah ditemukan dan digunakan.	14	15	1	0
8.	Website mencerminkan identitas Vetpicturean sebagai brand kesehatan hewan	18	12	0	0
9.	Website membantu menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan hewan.	16	13	1	0
10.	Secara keseluruhan website mudah dan nyaman digunakan.	17	12	1	0

Sumber: Dokumen pribadi, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *prototype* website memperoleh tanggapan yang sangat positif. Sebanyak 96,7% responden memberikan penilaian Sangat Setuju dan Setuju terhadap seluruh aspek yang diuji, sedangkan hanya 3,3% responden yang menyatakan Tidak Setuju, dan tidak terdapat responden yang memilih Sangat Tidak Setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa website telah memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal kemudahan penggunaan dan penyampaian informasi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penerapan metode *Design Thinking* dengan konsep *Sustainable Design* terbukti mampu menghasilkan rancangan website yang sesuai dengan kebutuhan pengguna Vetpicturean. Website dirancang sebagai media informasi, edukasi, konsultasi, dan promosi dalam satu platform yang terintegrasi sehingga mendukung transformasi digital UMKM sekaligus memperkuat brand awareness melalui identitas visual yang konsisten dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Hasil pengujian terhadap 30 responden menunjukkan bahwa 96,7% responden memberikan penilaian positif terhadap aspek tampilan, navigasi, penyajian informasi, dan kemudahan penggunaan website, sehingga prototype dinilai layak untuk diimplementasikan sebagai media digital Vetpicturean. Selain memudahkan pengguna memperoleh informasi produk dan layanan, website juga membantu Vetpicturean menyampaikan nilai merek secara lebih konsisten dan profesional. Penerapan konsep *Sustainable Design* menjadikan website memiliki struktur yang fleksibel, mudah dikembangkan, dan mampu memberikan manfaat dalam jangka panjang bagi pengguna maupun pelaku usaha. Dengan demikian, website tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi aset digital yang mendukung keberlanjutan strategi branding dan pengembangan bisnis Vetpicturean.

REFERENSI

GSA. (28 Agustus 2023). Sustainable Design. Diakses pada 15 Juli 2026. (https://www.gsa.gov/real-estate/highperformance-building-design#:~:text=Sustainable%20design%20is%20an%20integrated,and%20encourages%20compromise%20and%20tradeoffs)

Hutasuhut, M. D. A. (2022). Perancangan User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Situs Bank Masalah Untuk Memonitor Permasalahan Dan Ide Di Pt. Great Giant Pineapple Menggunakan

Metode Design. Universitas Islam Indonesia, 257–361. Https://Doi.Org/10.1007/978-1-4842-8745-3_9

Zakiyah, R. (2022). User Interface Website Sebagai Media Promosi Vilovy Design