

Izrada web sjedišta za udrugu Životni zov primjenom alata Figma i Webflow

Šokman, Anita

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:242575>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 922/MM/2024

Izrada web sjedišta za udruhu **Životni zov** primjenom alata **Figma i Webflow**

Anita Šokman, 0336054179

Varaždin, rujan 2024. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za multimediju

Odsjek za multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 922/MM/2024

Izrada web sjedišta za udruhu Životni zov primjenom alata Figma i Webflow

Student

Anita Šokman, 0336054179

Mentor

doc. dr. sc. Marko Čačić

Varaždin, rujan 2024. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODIEL Odjel za multimediju

STUDIJ Prijediplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Anita Šokman

MATIČNI BROJ 0336054179

DATUM 01.03.2024.

KOLEGIJ Web dizajn

NASLOV RADA Izrada web sjedišta za udruhu Životni zov primjenom alata Figma i Webflow

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Website development for the association Životni zov using Figma and Webflow

MENTOR dr. sc. Marko Čačić

ZVANJE Docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. dr. sc. Snježana Ivančić Valenko, v. pred. - predsjednica
2. doc. dr. sc. Marko Čačić - mentor
3. Anja Zorko, pred. - članica
4. dr. sc. Jelena Vlašić, pred. - zamjenska članica
5. _____

Zadatak završnog rada

BROJ 922/MM/2024

OPIS

Zadatak ovog završnog rada je prikazati teorijske i praktične aspekte izrade modernog single-page web sjedišta, na primjeru udruge Životni zov iz Varaždina. U radu je potrebno definirati temeljne pojmove te objasniti razliku između single-page i multi-page web sjedišta. U procesu izrade predmetnog web sjedišta potrebno je primijeniti no-code metodologiju razvoja. Alat Figma potrebno je koristiti za izradu grafičkog rješenja po kojem će se izraditi funkcionalno web sjedište u on-line WYSIWYG editoru Webflow. Predmetne alate potrebno je objasniti i opisati, s naglaskom na njihovim prednostima i nedostacima.

U radu je potrebno:

- Definirati pojam web dizajna i web sjedišta
- Objasniti temeljne načine strukturiranja web sjedišta
- Objasniti razliku između single-page i multi-page web sjedišta
- Opisati primjenu, značajke i mogućnosti alata Figma i Webflow
- Detaljno prikazati postupak izrade predmetnog web sjedišta
- Izvesti zaključak rada

ZADATAK URUČEN

11.09.2024.



POTPIS MENTORA

M. Čačić

Sažetak

Ovim radom prikazana je problematika izrade web sjedišta, teorijske postavke i praktična realizacija web sjedišta za udrugu Životni zov iz Varaždina. Objasnjene su karakteristike popularnih alata za web dizajn, UI/UX alata Figma te WYSIWYG editora Webflow, s naglaskom na njihovim prednostima i nedostacima. Kako je u cilju svakog web sjedišta da privuče korisnike i uspostavi kvalitetan odnos s ciljanom publikom, važni segmenti procesa razvoja su grafički dizajn i strukturiranje sučelja u cilju ostvarenja jednostavnosti i pristupačnosti. Pošto u današnje vrijeme web tehnologija nije više vezana samo za stolna računala, web sjedište je važno prilagoditi mobilnim prikazima, tj. napraviti ih responzivnima. U sklopu praktičnog dijela rada prikazan je postupak praktične realizacije predmetnog web sjedišta primjenom razmatranih alata. Izrađeno web sjedište je responzivno, *single-page* strukture i temelji se na modernim web tehnologijama.

Ključne riječi: web sjedište, UI/UX, Figma, WYSIWYG, Webflow, web dizajn

Summary

This paper presents the challenges of website development, covering the theoretical concepts and practical implementation of a website for the organization Životni zov from Varaždin. The characteristics of popular web design tools are explained, including the UI/UX tool Figma and the WYSIWYG editor Webflow, with a focus on their advantages and disadvantages. Since the goal of any website is to attract users and establish a strong connection with the target audience, important aspects of the development process include graphic design and interface structuring to ensure simplicity and accessibility. As web technology today is no longer limited to desktop computers, it is important to adapt the website for mobile displays, i.e., to make it responsive. The practical part of the paper demonstrates the process of implementing the discussed website using the considered tools. The created website is responsive, has a single-page structure, and is based on modern web technologies.

Keywords: website, UI/UX tools, Figma, WYSIWYG, Webflow, web design

Popis korištenih kartica

UI	User Interface Korisničko sučelje
UX	User Experience Korisničko iskustvo
URL	Uniform Resource Locator Jedinstvena adresa određenog resursa na webu
WWW	World Wide Web Svjetska mreža web stranica
CSS	Cascading Style Sheets Jezik za stiliziranje web stranica
CMS	Content Management System Sustav za upravljanje sadržajem
WYSIWYG	What You See Is What You Get Metoda vizualne izrade digitalnih proizvoda, bez potrebe za programiranjem
HTML	HyperText Markup Language Jezik za izradu strukture i sadržaja web stranica
CTA	Call to Action Poziv na akciju

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Struktura web sjedišta	2
2.1.	Razvoj web stranica.....	2
2.2.	Utjecaj dizajna web stranice u marketingu.....	3
2.3.	Prednosti i nedostaci <i>single-page</i> stranica.....	6
3.	Alat za UI/UX dizajn Figma	7
3.1.	Faze korištenja alata za dizajn Figma.....	7
3.2.	Prednosti i nedostaci korištenja alata Figma	8
3.3.	Usporedba ostalih alata za dizajn s Figmom	9
4.	Platforma za izradu web stranica Webflow.....	11
4.1.	Usporedba alata Webflow i manualnog kodiranja	11
4.2.	Prednosti i nedostaci alata Webflow	12
5.	Praktični dio – izrada dizajna i web sjedišta udruge	13
5.1.	Izrada dizajna i vizualnog identiteta web sjedišta	13
5.1.1.	Logotip.....	13
5.1.2.	Paleta boja.....	14
5.1.3.	Tipografija	14
5.1.4.	Naslovnica	15
5.1.5.	O nama.....	17
5.1.6.	Udomi	19
5.1.7.	Doniraj.....	20
5.1.8.	Kontakt	20
5.2.	Proces izrade web sjedišta	21
5.2.1.	Webflow sekcija Naslovnica	22
5.2.2.	Webflow sekcija O nama.....	23
5.2.3.	Webflow sekcija Udomi	23
5.2.4.	Webflow sekcija Doniraj	25
5.2.5.	Webflow sekcija Kontakt	26
5.2.6.	Mobilni prikaz web sjedišta.....	28
6.	Zaključak.....	29
7.	Literatura	30
	Popis slika	33
	Popis tablica	34

1. Uvod

U počecima korištenja web sjedišta naglasak i cilj bio je pružiti informacije, dok se u drugi plan stavljalo vizualno privlačenje korisnika. Odnosno web stranice su bile isključivo namijenjene informiranju publike, uz minimalne grafičke distrakcije. Uz paralelni razvoj informacijske tehnologije i sam web dizajn značajno je napredovao, što je utjecalo na sve veći broj zadovoljnih korisnika, odnosno web je postao *mainstream*. [1]

Za izradu web sjedišta važno je razumjeti i samu funkcionalnost te strukturu istog, jedino tako se mogu stvoriti prihvatljive digitalne platforme koje su ujedno i učinkovite. Web dizajn je jedan od ključnih segmenata u stvaranju vizualnog identiteta brenda. Dobro realiziran dizajn web sjedišta uspostavlja vezu s korisnikom, gradi povjerenje te osigurava njihovo ponovno vraćanje. [2] Neovisno o vrsti web sjedišta, odnosno *single-page* ili *multi-page* sjedištu cilj je isti, a to je prezentirati sadržaj što jednostavnije i izražajnije. U cjelokupnosti izrade postoje alati od kojih se najviše ističu UI/UX alat za web dizajn Figma, te Webflow – moderni online WYSIWYG editor. Shodno tome u radu će se kroz primjere detaljnije prikazati navedeno.

Daljnjim usporedbama kroz rad prikazuju se prednosti i nedostaci svakog alata, što je ključni dio u izradi samog web sjedišta. No neovisno o specifikacijama svakog od alata korisnici će uvijek odabrati onaj alat koji će najučinkovitije zadovoljiti njihove potrebe i samim time najbolje predstaviti njihov identitet.

2. Struktura web sjedišta

Web sjedište je zbirka javno dostupnih, međusobno povezanih web stranica na jednoj domeni. Kako bi se sadržaji predstavili što široj javnosti, web sjedište je skup mnogobrojnih stranica povezanih hipervezama te tvore jedinstvenu cjelinu. [2] Temeljni jezik koji se koristi za strukturu te izradu web sjedišta naziva se HTML (eng. *HyperText Markup Language*). HTML definira elemente kao što su naslovi, slike, paragrafi i linkovi s pomoću oznaka koje se nazivaju *tagovi*. Također, omogućuje organizaciju sadržaja te povezivanje različitih stranica putem linkova. [3] Uglavnom se koristi s CSS-om i JavaScriptom kako bi stranica dobila novu dimenziju, odnosno kako bi se ugradile grafičke značajke i ostvarila određena razina interaktivnosti.

Preglednost stranice može ovisiti i o strukturi samog sjedišta koja se dijeli na *single-page* i *multi-page* web stranice. [4] Kod *single-page* web sjedišta sav sadržaj se nalazi na samo jednoj stranici na kojoj se s pomoću klika na navigacijske linkove jednostavno može dolaziti do željenog sadržaja načinom da se stranica pomiče dolje ili gore, odnosno skrolanjem. U tom slučaju, samo se na jednoj stranici odvijaju sve interakcije poput učitavanja svih informacija te prikazivanje različitih sekcija web sjedišta. *Multi-page* web stranice sastoje od više zasebnih web stranica, pri čemu svaka ima poseban sadržaj i svoj URL te funkcionira tako da se klikom na navigacijski link učitava novi sadržaj na zasebnoj stranici. [4]

2.1. Razvoj web stranica

Web stranice su pojedinačni dokumenti web lokacije, koje su povezane jedinstvenom URL (eng. *Uniform Resource Locator*) adresom za pristup stranici. [5]

Potreba za informacijama ali i način prikupljanja istih kroz godine drastično su promijenile tehničke i grafičke komponente poput izgleda, funkcionalnosti te namjene same web stranice. [6] 6. kolovoza 1991. objavljena je prva web stranica. Razvijena je u sklopu istraživačkog projekta Europske organizacije za nuklearna istraživanja (CERN). Sadržavala je informacije o projektu WWW (eng. *World Wide Web*) i pripadajuće detalje. Izradio ju je i objavio Tim Berners-Lee. Na slici 1 može se vidjeti kako je izgledala prva web stranica.

World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project, [Mailing lists](#), [Policy](#), November's [W3 news](#), [Frequently Asked Questions](#).

[What's out there?](#)

Pointers to the world's online information, [subjects](#), [W3 servers](#), etc.

[Help](#)

on the browser you are using

[Software Products](#)

A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#), [X11 Viola](#), [NeXTStep](#), [Servers](#), [Tools](#), [Mail robot](#), [Library](#))

[Technical](#)

Details of protocols, formats, program internals etc

[Bibliography](#)

Paper documentation on W3 and references.

[People](#)

A list of some people involved in the project.

[History](#)

A summary of the history of the project.

[How can I help?](#)

If you would like to support the web..

[Getting code](#)

Getting the code by [anonymous FTP](#), etc.

Slika 1. Prva web stranica „World Wide Web“ 1991. godine

(izvor: <https://www.webdesignmuseum.org/gallery/the-world-s-first-website-1991>)

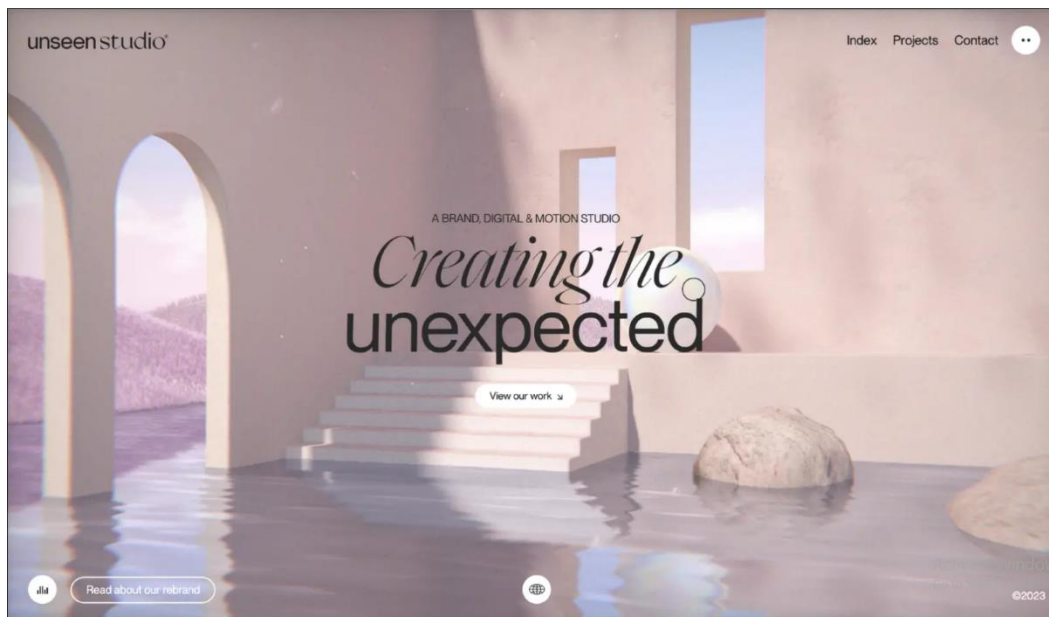
S ograničenom tehnologijom web stranice su bile minimalističke, sadržavajući samo obični tekst bez grafika i slika što je bilo uvjetovano niskim brzinama prijenosa podataka na internetu. Stranice su se sastojale od osnovnih HTML oznaka poput paragrafa i linkova sve do 1991. godine kada su se umjesto običnih tekstova počele pojavljivati slike, GIF-ovi, boje. [6]

U današnje vrijeme, napredne marketinške strategije neophodne su kako bi se posjetitelje privuklo na željenu web stranicu, čime je došlo do velikih i značajnih promjena u SEO-u (eng. *Search Engine Optimization*) kroz protekle godine. Dizajneri nisu ograničeni pri izradi dizajna web stranice, no većina se vodi konceptom minimalizma, jednostavnosti i konkretnosti pri izradi. [7] Za izradu web stranica još uvijek su potrebna određena znanja poput grafičkog dizajna i programiranja, ali su današnji WYSIWYG alati poput Webflow-a uvelike olakšali taj proces. [8]

2.2. Utjecaj dizajna web stranice u marketingu

Ako se na korisnike želi ostaviti dojam profesionalnosti važno je izraditi vizualno upečatljivu i prepoznatljivu web stranicu, shodno tome ostvaruje se povjerenje korisnika određenom brendu. Neprivlačan dizajn ostvaruje suprotni efekt, odnosno postavlja se pitanje vjerodostojnosti i kvalitete brenda. [9]

Pronalazak određenih informacija i snalaženje na web stranici olakšano je jednostavnim i privlačnim web dizajnom koji poboljšava iskustvo korisnika. Slika 2 prikazuje primjer dobre organizacije početne stranice web sjedišta, uz implementiranu pozadinsku animaciju koja uvelike poboljšava vizualni dojam. U suprotnosti, loš dizajn ne omogućava preglednost i snalaženje te su korisnici primorani unutar velikog broja nepreglednih informacija tražiti ono što ih zanima, čime se degradira korisničko iskustvo. [10]



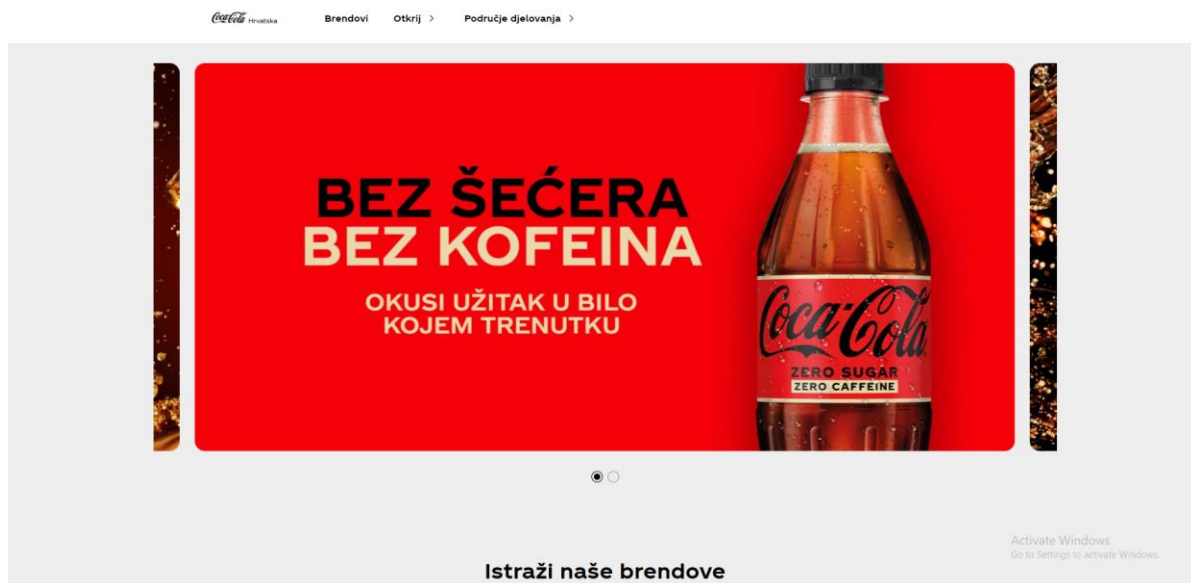
*Slika 2. Primjer dobrog web dizajna “Unseen studio“
(izvor: <https://unseen.co/>)*

Dizajn web stranice u digitalnom svijetu je prvi kontakt određenog brenda s njihovim potencijalnim kupcima te je presudan u tome kakav će dojam kupac dobiti o samom brendu i hoće li taj dojam dovesti do uspješne ili neuspješne suradnje. [10]

Dizajn web stranice može se podijeliti na četiri ključna elementa koji utječu na marketing:

1. Prvi utisak i predodžba brenda: Ulaskom na web stranicu stvara se prvi dojam o brendu u samo nekoliko sekundi na osnovu samog dizajna web stranice. Privlačan vizualan identitet pridaje povjerenje posjetiteljima, dok loše izrađen web dizajn odbija posjetitelje i ostavlja negativan prvi utisak. [11]

2. Korisničko iskustvo: Korisnicima je jako važno iskustvo koje dobivaju kroz interakciju s web stranicom te je samim time važno da navigacija kroz stranicu bude jednostavna, responzivan dizajn prilagođen svim vrstama uređaja te vidljivi i jasno označeni gumbi.
3. SEO i pretraživanje: Za pretraživanje odnosno rangiranje web stranica u tražilicama također je važan dizajn, stoga tehnički dobro dizajnirana web stranica ima veću šansu za bolje rangiranje te samim time više potencijalnih kupaca. Dok tehnički loše izrađena web stranica ima manje šanse za dobro rangiranje u tražilica, stoga i manje potencijalnih kupaca.
4. Prepoznatljivost brenda i povezanost: Prepoznatljivost brenda se postiže s odabirom dosljednih boja, tonova, fontova i vizualnih elemenata te se time gradi i emocionalna povezanost s daljnjim korisnicima. Emocionalna povezanost je bitna kako bi korisnici mogli stvoriti povezanost s brendom i ostali mu odani. Slika 3 prikazuje primjer prepoznatljivog brenda koji je uspostavio emocionalnu povezanost sa svojim korisnicima



Slika 3. Primjer prepoznatljivog brenda "Coca-cola"
(izvor: <https://www.coca-cola.com/hr/hr>)

2.3. Prednosti i nedostaci *single-page* stranica

Ono što *single-page* stranicu čini drugačijom jest da je sačinjena od jednog HTML dokumenta, točnije ne postoje poveznice na druge HTML dokumente unutar iste domene. [12] U usporedbi s klasičnim web sjedištima koji svoje sadržaje dijele na više podstranica, *single-page* je poput jednog lista papira koji je podijeljen na određene sekcije do kojih se isključivo može doći pomoću izbornika ili skrolanjem po stranici.

Prednosti:

- jednostavnost
- sistematizacija sadržaja
- lakša orijentacija
- bolji fokus na sadržaj
- lakša izrada i održavanje
- jednostavna implementacija mobilnog prikaza

Nedostaci

- tematsko grupiranje ključnih riječi na stranici
- problematika učitavanja stranice
- kompliciranije ažuriranje podataka
- mogućnost prenatrpanog sadržaja
- problematična analiza posjećenosti pojedinih segmenata web stranice
- monotonija klizanja, odnosno skrolanja kroz informacije

U izradi *single-page* stranice važno je filtriranje informacija i fokus na ključne podatke koje želimo prenijeti korisnicima kako stranica ne bi bila prenatrpana istima. [12]

3. Alat za UI/UX dizajn Figma

Kako bi se u ranim fazama razvoja mogle utvrditi potrebne promjene u dizajnu te olakšati međusobna suradnja, kako dizajnera tako i samih korisnika, koriste se alati za UI/UX dizajn. To su alati koji se koriste za skiciranje sučelja i prototipiranje funkcionalnosti web stranice. [13] Za dizajn prototipa i simulacije interakcije danas se vrlo često koristi alat Figma. On se temelji na web orijentiranom razvojnom okruženju te funkcionira kroz nekoliko segmenata, odnosno modova rada: *Design*, *Prototype*, *Preview* i *Dev mode* koji jedini nije dostupan u besplatnim verzijama. [14]

3.1. Faze korištenja alata za dizajn Figma

Figma je popularan UX/UI alat jer se odlikuje jednostavnošću primjene, što u najvećoj mjeri proizlazi iz činjenice da funkcionira kao web aplikacija. [14] Shodno tome, izvedena je tako da ju nije potrebno preuzeti i instalirati, jer se može normalno koristiti s pomoću web preglednika. [15] Postoji i verzija u desktop formatu te mobilne aplikacije za korisnike koji preferiraju rad u klasičnim aplikacijama, što ju je dovelo do preko 80.000 mjesečnih preuzimanja. Upravo zbog svoje jednostavnosti Figma je moguće koristiti na svim operacijskim sustavima npr. Windows, Linux, Android, iOS, itd. [16]

Funkcioniranje Figue provodi se kroz nekoliko segmenata, odnosno modova rada:

a) *Design*

Kako bi statički oblikovali elemente u različitim uvjetima responzivnosti koristi se *Design* mod koji omogućuje vizualno oblikovanje svakog pojedinačnog segmenta dizajna kao što su boje, oblici i pozicije te omogućuje podešavanje responzivnosti kako bi rješenje bilo prilagođeno različitim dimenzijama ekrana. [17]

b) *Prototype*

Nakon oblikovane skice u *Design* fazi kreće se u razvoj kroz mod *Prototype* u kojem se elementima dizajna pridodaje interaktivnost pomoću raznih akcija i animacija te ispituje sama upotrebljivost izrađenog rješenja. Kao rezultat korištenja dobit će se uvid u višak ili manjak interakcija te potrebne preinake. [18]

c) *Preview*

Kako bi analizirali završeno dizajnersko rješenje izrađeno kroz prethodne faze koristimo *Preview*. Pomoću njega možemo vidjeti gotov dizajn i ispitati postavljene interakcije.

d) *Dev mode*

Za pregled i implementaciju dizajna u kod, programeri koriste *Developer* mod. On omogućuje funkcije svojstvene sljedećem koraku u razvoju web stranica, aplikacija i općenito digitalnih informacijskih sustava – pretvaranju osmišljenog dizajna u funkcionalni kod. [19]

3.2. Prednosti i nedostaci korištenja alata Figma

Za UX/UI dizajn digitalnih proizvoda Figma se ističe kao jedan od najpopularnijih alata današnjice. Analizirajući funkcionalnosti, valja izdvojiti sljedeće prednosti i nedostatke:

Prednosti:

- ubrzani procesi rada kroz obrasce (dijagrami tokova, web stranice, story mape)
- ušteda memorije tako da se radovi čuvaju u cloud-u
- međusobna istovremena suradnja u izradi projekata
- stalna i brza aktualizacija alata

Nedostaci:

- manjak resursa za dizajnere u usporedbi sa Sketchom
- ograničena količina plugin-a
- relativno visoka cijena ako se želi koristiti u profesionalne svrhe

3.3. Usporedba ostalih alata za dizajn s Figmom

Za usavršavanje web dizajna i vizualizacije mogućih rješenja web dizajneri koriste različite alate kroz koje mogu testirati i implementirati različite ideje. Shodno tome za web dizajnere je važno koji će alat odabrati ovisno o potrebama i željama, kako vlastitih tako i tržišta. Različitosti alata očituju se kroz napredne funkcionalnosti kao što su optimizacije radnog tijeka te samog procesa web dizajna. Kroz tablicu 1 analizirane su najznačajnije značajke odabranih UX/UI alata koji se koriste u web dizajnu.

Tablica 1. Usporedba UI/UX alata

	Figma	Canva	Sketch
Operacijski sustavi	Windows, Linux, IOS, Android, Mac OS	Windows, IOS, Android, Mac OS	Mac OS
Dodavanje koda	Ne	Ne	Ne
Responzivnost	Da	Ne	Da
Pregled povijesti	Da (uz ograničenja)	Ne	Ne
Formati preuzimanja	PDF, JPG, FIG	PDF, JPG, GIF, PNG, MP4	PNG, JPG, TIFF, WEBP, HEIC
Medusobna primopredaja	Da (nema ograničenja)	Da (uz ograničenje)	Ne
Automatsko spremanje	Da	Da	Da

- Operacijski sustavi – mogućnost preuzimanja i korištenja alata na određenim operacijskim sustavima.
- Dodavanje koda – korištenje CSS-a ili nekog drugog jezika za pisanje koda te njegova primjena na pojedini element.
- Responzivnost – mogućnost prilagođavanja veličine ekrana konkretnim modelima.
- Pregled povijesti – uvid u prijašnje korake pri dizajniranju ili vremenski pregled promjena u toj verziji spremanja.
- Formati preuzimanja – vrste datoteka koje alati podržavaju kod spremanja.
- Međusobna primopredaja – korisnici istovremeno mogu dodavati i uređivati sadržaj u realnom vremenu.

4. Platforma za izradu web stranica Webflow

Webflow je WYSIWYG (eng. *What You See is What You Get*) alat koji omogućuje izradu web stranica čiji se podaci pohranjuju na integrirani web hosting u svrhu javne dostupnosti izrađenog rješenja. U naprednim odnosno plaćenim verzijama moguća je i primjena integriranog CMS sustava. [20] Webflow je popularan izbor među dizajnerima jer omogućava veliku razinu prilagodbe i idealan je za izradu osobnih portfelja, blogova, eCommerce trgovina, stranica za događaje itd. [21]

4.1. Usporedba alata Webflow i manualnog kodiranja

Za korištenje *no-code* alata Webflow nije potrebno napredno znanje o programiranju i web dizajnu. Uvelike olakšava izradu web sjedišta jer koristi *drag and drop* način izrade za razliku od ručnog kodiranja. [22] Alternativa takvom načinu razvoja je manualno kodiranje web sjedišta. Slijedi kratka usporedba navedenih pristupa razvoju.

- Vremenska izrada – manualno pisanje koda je sporo i podložno greškama. Primjena *drag and drop* načina izrade daje Webflow-u prednost u vremenu izrade, a konačan proizvod je manje podložan greškama vezanim za kvalitetu koda. [23]
- Tehnička podrška – u procesu manualnog kodiranja programeri samostalno rješavaju sve probleme što može dovesti do složenijeg procesa izrade. Tehnička podrška pri korištenju Webflowa probleme rješava brzo i efikasno.
- Preglednost – kod manualne izrade web stranice ograničena je preglednost i to na način da je nakon svake linije koda potrebna provjera izgleda stranice, dok Webflow omogućuje istovremenu izradu te uvid u realizirani dizajn u realnom vremenu.
- Cijena – ako se stranica izrađuje samostalno, kod manualnog kodiranja ne postoje dodatni troškovi pošto je cjelokupan rad u domeni programera. Osnovna, besplatna verzija Webflow alata sadrži sve osnovne funkcije koje su potrebne za izradu jednostavne web stranice. No, ukoliko želimo realizirati naprednije rješenje, potrebno je platiti pristup dodatnim funkcionalnostima.

4.2. Prednosti i nedostaci alata Webflow

Iako je WYSIWYG Webflow alat popularan i poznat po jednostavnom korištenju i brzom načinu rada, no kao i svaki drugi alat ima svoje prednosti i nedostake:

Prednosti:

- Prototipiranje uživo – omogućava prikaz dizajna rada u procesu same izrade web stranice koji daje uvid u konačni dizajn web sjedišta.
- Ne zahtijeva dodatke (plugins) – dodaci zahtijevaju stalnu aktualizaciju i ažuriranje što može dovesti do usporenog rada stranice ili kvara na samoj stranici, dok nedostatak dodataka u Webflow-u omogućuje stvaranje stabilnije web stranice[23]
- Međusobna suradnja – Webflow omogućuje da više korisnika mogu uređivati jedan rad istovremeno, što može poboljšati i ubrzati proces izrade
- Minimalno prethodno znanje – “drag and drop“ način izrade omogućuje korisnicima koji nemaju prethodnog znanja o programiranju izradu jednostavnih i brzih web stranica
- Predlošci – ovisno o svrsi web stranice na Webflow-u je dostupno više od 1000 predložaka za više namjena koji su responzivni te se mogu uređivati. [24]

Nedostaci:

- Nedostatak prilagodbe koda – Webflow ima snažne opcije prilagodbe te daje mogućnost izmjene osnovnog koda, ali ne dopušta promjenu funkcionalnosti koda.
- Uređivanje s računala – kod izmjena dizajna web stranice korisnik isključivo mora koristiti laptop ili računalo jer Webflow nema mogućnosti skidanja mobilne aplikacije
- Planovi plaćanja – korisnici mogu imati problema pri odabiru određenog plana koji će najbolje odgovarati njihovim potrebama [24]
- Ograničenje za eCommerce – kod izrade eCommerce trgovina u Webflow-u može doći do određenih poteškoća jer je ta mogućnost još u beta verziji.
- Platforma za plaćanje – Webflow koristi Stripe platformu za plaćanje koja je dostupna samo u 26 zemalja. Shodno tome, ako Stripe nije dostupan u određenoj zemlji tim korisnicima nije jednostavno realizirati ovu funkcionalnost primjenom Webflow alata.

5. Praktični dio – izrada dizajna i web sjedišta udruge

5.1. Izrada dizajna i vizualnog identiteta web sjedišta

Mišljenje i povjerenje korisnika vrlo često se stječe u prvih nekoliko sekundi same posjete web sjedištu. Stoga, prvi utisak koji korisnik dobije jako je važan za uspostavljanje veze između osobe i brenda te doprinosi izgradnji povjerenja u brend. Shodno tome uvelike je važan sam vizualni identitet brenda kako bi privukao nove te zadržao stare posjetitelje. U vizualni identitet spada logotip te paleta korištenih boja, tipografija, grafike, fotografije, stilovi i druge komponente koje pridonose samom vizualnom identitetu brenda.

5.1.1. Logotip

Brza identifikacija i dobra prepoznatljivost su važni segmenti svakog brenda, tvrtke ili organizacije kako bi konkurirali s ostatkom svijeta, što se najbolje može ostvariti s jednostavnim i upečatljivim logotipom. Logotip značajno utječe na prvi dojam koji se ostavlja na korisnike što ga čini jednim od najvažnijih elemenata vizualnog identiteta. Kako bi se određeni brend izdvojio iz mase, logotip treba biti specifičan i unikatan kako bi se najbolje prikazala sama osobnost brenda.

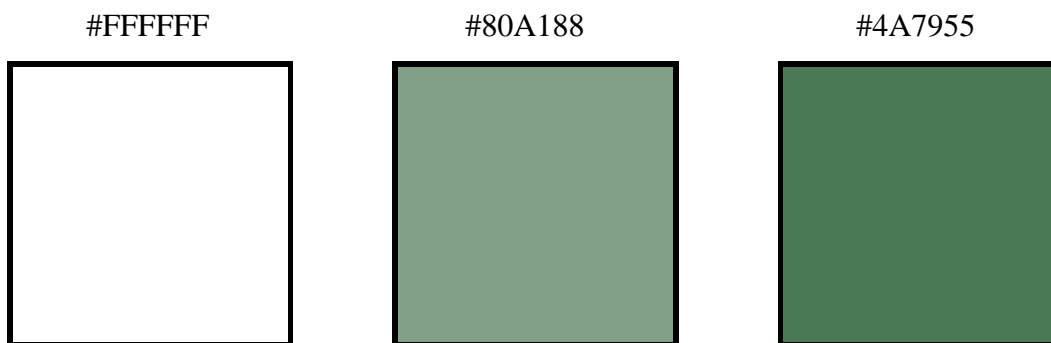
Logotip korišten u svrhu izrade web sjedišta udruge izveden je iz grafike koja prikazuje mačku sa slušalicama, dopunjen s nazivom same udruge, napisan fontom *Archivo Narrow*, u *bold* stilu. Oba segmenta logotipa su u bijeloj boji kao bi se što bolje uklopio u paletu boja web sjedišta, sačinjenu od bijele i zelene.



Slika 4. Logotip udruge Životni zov

5.1.2. Paleta boja

Željeni dojam, emocije te reakcije o brendu koje se žele izazvati kod ljudi mogu se dobiti pažljivo izabranom paletom boja. Paleta boja koja se koristi kod izrade brenda ili web sjedišta za isti može prenijeti određene osjećaje i različito utjecati na korisnike, njome se može ostvariti dosljednost i graditi povjerenje u sami brend. Također, pridonosi samoj estetici i privlačnosti brenda što može kod korisnika izazivati osjećaj harmonije i sklada te pozitivno utjecati na opći dojam. Svaka boja budi određeni osjećaj kod ljudi, kao što plava daje osjećaj povjerenja i stabilnosti, a bijela čistoće i jednostavnosti. Paleta boja odabrana za izradu web sjedišta udruge je sačinjena od bijele, zelene i svijetlo zelene boje te ulijeva osjećaje vezane za prirodu, svježinu, održivost, čistoću i jednostavnost.



Slika 5. Paleta boja web sjedišta

5.1.3. Tipografija

Tipografija tj. font korišten za izradu web sjedišta važan je element vizualnog identiteta brenda te igra važnu ulogu u prenošenju same osobnosti istog. Sama tipografija prenosi određenu poruku te oblikuje iskustvo koje korisnik dobiva na web sjedištu, ključan je faktor kod čitljivosti i razumijevanja zadaće samog brenda. Vrste tipografije također pridonose osjećaju koji korisnik dobiva od brenda. Tradicionalni, retro i pouzdani brendovi često koriste fontove koji sadrže *serife*, dok se u jednostavnim, čistim i modernim dizajnerskim rješenjima koriste *sans-serif* fontovi. Kako bi se korisnici lakše snalazili na sjedištu te pronašli ključne informacije važno je da se tipografijom stvori vizualna hijerarhija i jasno označe važni dijelovi kao što su naslovi i podnaslovi koristeći različite stilove, veličine te težine samih fontova.

Kako se bojama može oblikovati korisnički dojam o brendu tako i tipografija daje određeni utisak o istom. Dok se zaobljenim i elegantnim fontovima daje osjećaj topline i prijateljstva, oštri i kutni fontovi mogu odavati utisak ozbiljnosti i snage brenda. U svrhu izrade web sjedišta za udругu Životni zov koristio se font *Montserrat* koji u ovom slučaju daje osjećaj snage i ozbiljnosti, korišten je u više veličina i težina kako bi označio najvažnije informacije na web sjedištu.

Montserrat

Montserrat

Montserrat

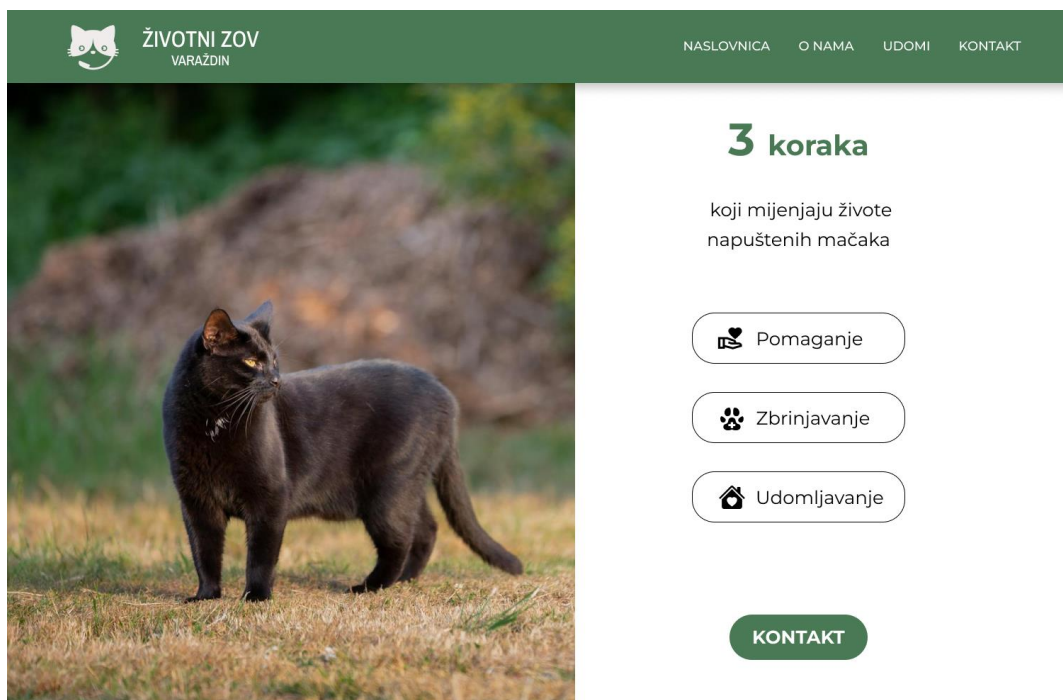
Montserrat

Slika 6. Tipografija korištena za izradu web sjedišta

5.1.4. Naslovnica

Svrha i cilj cijelog web sjedišta se nalazi na naslovnoj stranici istog što naslovnici čini ključnom u stvaranju prvog dojma o samom brendu, njegovoj zadaći te usluzi koju nudi. Jednostavna, privlačna i lako razumljiva naslovnica ima veću vjerojatnost zadržati posjetitelje te ih potaknuti na daljnje istraživanje, dok neuredna naslovnica s teško razumljivim informacijama odbija korisnike i tjera ih na traženje nekog drugog web sjedišta. Bilo da se radi o širenju informacija, davanju usluga ili prodavanju proizvoda, naslovnica mora brzo i jasno posjetiteljima predati poruku o svojoj zadaći te njezinoj važnosti. Ključna stvar za zadržavanje posjetitelja je brza navigacija po sjedištu koja se postiže jasno označenim izbornikom te istaknutim CTA (eng. *Call-to-action*) gumbima kako bi se lakše orijentirali po stranici. Dobra rangiranost u rezultatima pretraživanja znatno ovisi o brzini učitavanje stranice, kvalitetnom sadržaju, dobro određenim ključnim riječima i ostalim tehničkim segmentima koji povećavaju vidljivost web sjedišta.

Shodno tome skica naslovne stranice web sjedišta udruge Životni zov je izrađena tako da bude jednostavna, jasna, lako čitljiva te da se na njoj može lako orijentirati. Zadaća tj. sam cilj web sjedišta jasno je prikazan na naslovnoj stranici preko koje se jednim klikom može doći do kontakt forme.



Slika 7. Naslovnica



Slika 8. Fotografija korištena u svrhu izrade naslovne stranice (autor: James Frid, izvor: <https://www.pexels.com/photo/black-cat-1247986/>)

5.1.5. O nama

Emocionalna povezanost i povjerenje posjetitelja s brendom se ponajviše izgrađuje na stranici O nama jer korisnici na njoj dobivaju najviše informacija o samom brendu, njihovom cilju i misiji. Kroz nju se brend predstavlja svim posjetiteljima i pobliže objašnjava tko su, što rade i zašto to rade. Takve stranice ulijevaju najviše povjerenja jer se posjetitelji upoznaju s brendom i njegovom zadaćom te uspoređuju prikazane ciljeve sa svojim potrebama i uvjerenjima. Kako bi se posjetitelje uvjerilo da odaberu vaš brend umjesto konkurencije i kako bi se izdvojili iz mase važno je istaknuti jedinstvena postignuća, vrijednosti te pristup samom poslu.

Na osnovu svih beneficija koje stranica O nama može donijeti, izrada iste za udrugu se zasniva na upoznavanju posjetitelja sa samom udrugom, njezinom cilju te misiji. Stranica nema cilj samo informirati posjetitelje već i strateški izgraditi odnos s njima i pridobiti njihovo povjerenje.

O NAMA

Tko smo mi?

Udruga "Životni zov" osnovana je 30. prosinca 2019. godine kao jedina organizacija u Varaždinu posvećena brizi o napuštenim i ozlijeđenim mačkama. Naša strast i predanost proizlaze iz duboke ljubavi prema životinjama i želje da im osiguramo sigurno utočište i bolji život. Kroz godine rada, unatoč mnogim izazovima, uspjeli smo spasiti i udomiti brojne mačke, pružajući im drugu priliku za sretan život.

Naši ciljevi

Ciljevi Udruge "Životni zov" usmjereni su na pružanje sigurnog utočišta napuštenim i ozlijeđenim mačkama, osiguravajući im njegu, hranu i veterinarsku skrb. Naš glavni cilj je pronaći stalne domove za sve mačke pod našom skrbi, pružajući im novu šansu za sretan život. Posvećeni smo edukaciji o odgovornom vlasništvu, sterilizaciji i brizi za mačke, kako bismo smanjili broj napuštenih životinja. Suradnjom s lokalnim vlastima i drugim udrugama, radimo na poboljšanju uvjeta za sve mačke i sprječavanju njihovog napuštanja.

Naša misija

Naša misija je jednostavna, ali iznimno važna: spašavati, zbrinjavati i udomljivati mačke kojima je pomoć najpotrebnija, istovremeno educirajući javnost i promičući suosjećanje prema svim životinjama.



Slika 9. O nama



*Slika 10. Fotografija korištena u svrhu izrade stranice O nama
(izvor: <https://www.pexels.com/photo/low-angle-view-of-cat-on-tree-257532/>)*

5.1.6. Udomi

Na stranici Udomi posjetitelji se pozivaju na udomljavanje mačaka te se time daje poziv na akciju i potiče na preuzimanje odgovornosti. Privlačan i dobro strukturiran sadržaj znatno povećava šansu da se posjetitelji odluče na udomljavanje, te da se educiraju o važnosti udomljavanja mačaka umjesto kupovanja.

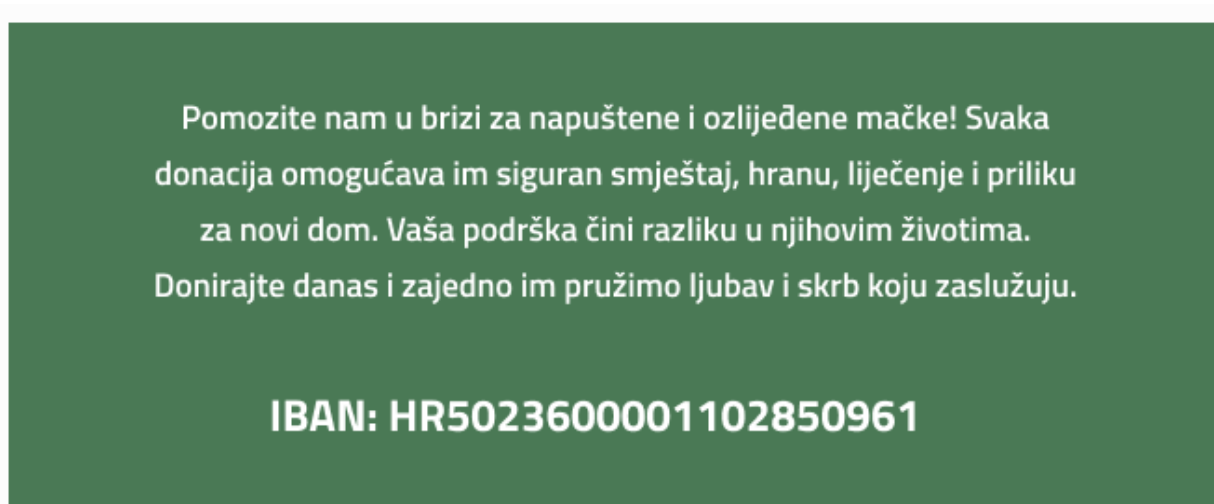
Na stranici Udomi web sjedišta udruge istaknuta su četiri koraka koja objašnjavaju proces udomljavanja te pozivaju posjetitelje na isti. Također se poziva posjetitelje da otvore Facebook stranicu te prate objave o udomljavanju mačaka. CTA gumb za doniranje se nalazi na kraju stranice i poziva na pomaganje udruzi.



Slika 11. Udomi

5.1.7. Doniraj

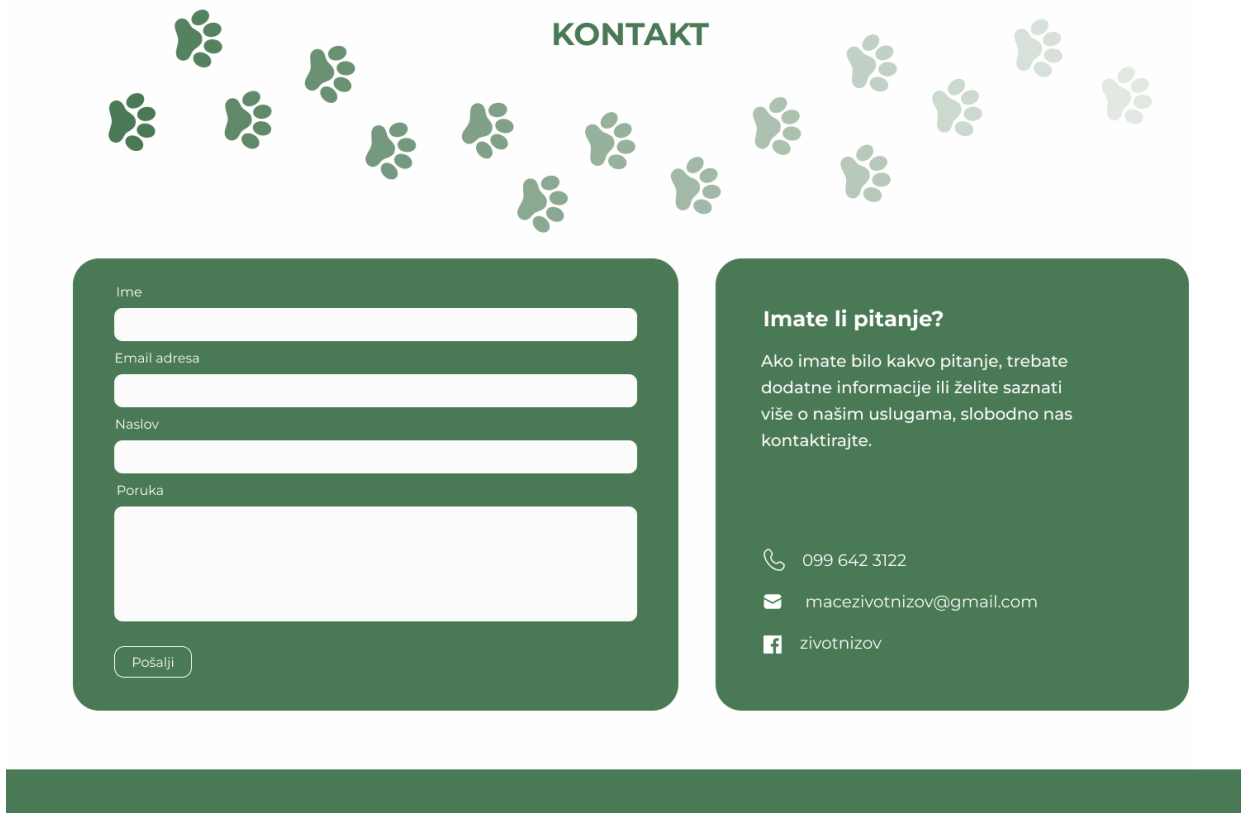
Gumb Doniraj koji se nalazi na Udomi stranici poziva na doniranje sredstava udruzi, izrađen je u formi *pop-up* prozora koji jasno i jednostavno poziva na donaciju te znatno privlači posjetitelje na akciju. Kako bi se posjetiteljima značajno olakšao proces doniranja, odnosno ubrzao pristup relevantnim informacijama, ispod teksta je jasno istaknut IBAN broj. Dodatne informacije o namjeni donacija povećavaju transparentnost i daju osjećaj određene sigurnosti posjetiteljima.



Slika 12. Doniraj

5.1.8. Kontakt

Jednostavna Kontakt stranica koja sadrži sve potrebne podatke i kontakt formu olakšava komunikaciju i poboljšava odnose između posjetitelja i udruge. Kontakt forma pomaže udruzi u što bržem i efikasnijem odgovaranju na postavljene upite, čime se izravno doprinosi zadovoljstvu posjetitelja. Stranica Kontakt mora biti jasna i lako razumljiva kako ne bi odbijala posjetitelje zbog velikih i dugih procesa kontaktiranja i komuniciranja. Na stranici se nalazi kontakt forma koja se sastoji od polja za ime, e-mail adresu, naslov poruke i poruku. Pokraj kontakt forme se također nalaze kontakt podaci udruge Životni zov kako bi posjetitelji mogli nazvati njihov broj ili posjetiti Facebook stranicu.

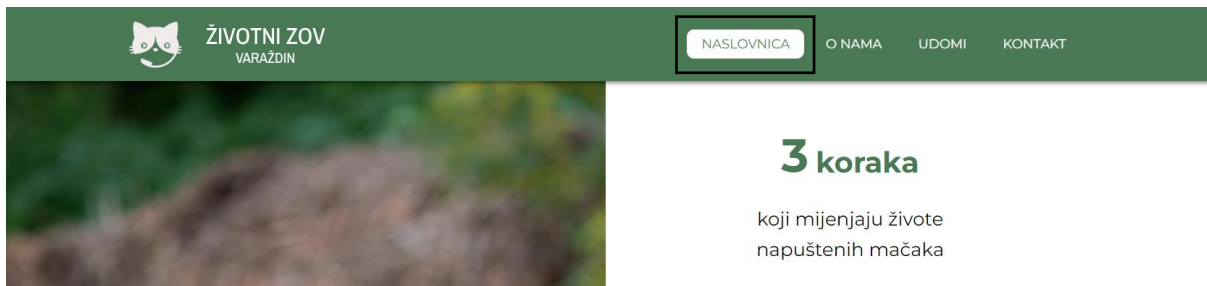


Slika 13. Kontakt

5.2. Proces izrade web sjedišta

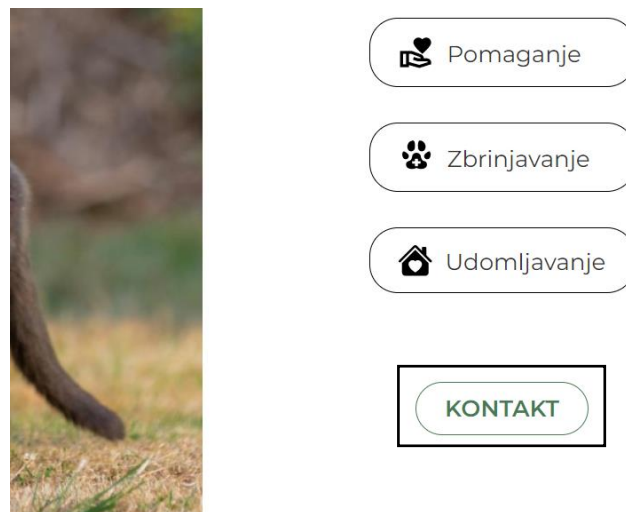
Izrada web sjedišta temelji se na prijašnje izrađenom dizajnu u Figma, što znači da prvo potrebno izvesti paletu boja, određenu tipografiju, logotip te ostale grafičke elemente dizajna. Koristeći *div* blokove i *grid* kreira se osnovni raspored glavnih elemenata poput zaglavlja, podnožja i svih sekcija po uzoru na dizajn. [25] Uređivanje tj. dodavanje elemenata vizualnog identiteta gotovom *wireframe*-u te prilagodba dizajna tako da bude responzivan, odnosno da se može koristiti na svim vrstama uređaja. Objavljivanje sjedišta na domenu te provjera i testiranje funkcionalnosti, zatim učestalo optimiziranje i ažuriranje sadržaja.

5.2.1. Webflow sekcija Naslovnica



Slika 14. Hover sekcije Naslovnica

Na sekciju Naslovnica u navigaciji dodan je efekt *hover* kao što se vidi na slici 12, iz bijelog teksta i zelene pozadine na prelazak miša sekcija Naslovnica se pretvara u zeleni tekst s bijelom pozadinom. Prilikom skrolanja po stranici, *nav bar* ostaje na istom mjestu jer je na njega stavljena *sticky* pozicija koja omogućuje posjetiteljima pregled navigacije u bilo kojem dijelu stranice. Sekcija Naslovnica spojena je ID-em u *nav bar* tako da se stranica na klik miša može vratiti na prvu sekciju.



Slika 15. Hover gumba Kontakt

Na slici se može vidjeti *hover* efekt koji je stavljen na gumb Kontakt u početnoj sekciji, koji na prelazak miša prelazi iz zelenog gumba i bijelog teksta u bijeli gumb sa zelenim tekstom i okvirom, dok se na klik miša prelazi iz početne sekcije Naslovnica u zadnju sekciju Kontakt.

5.2.2. Webflow sekcija O nama



Slika 16. Hover sekcije O nama

U navigaciji na sekciju O nama se također stavio efekt *hover* koji se mijenja na isti način kao i sekcija Naslovnica, te se jasno vidi *nav bar* koji prati korisnike po stranici.

5.2.3. Webflow sekcija Udomi



Slika 17. Hover sekcije Udomi

Za sekciju Udomi koja se nalazi u navigaciji isto je postavljen efekt *hover* koji se mijenja iz zelene pozadine i bijelih slova u bijelu pozadinu i zelena slova kao što je i u sekciji Naslovnica, te se jasno vidi *nav bar* kojem je dodijeljena *sticky* pozicija te prati posjetitelje kad skrolaju i uvijek im je dostupan.



Slika 18. Hover gumba Doniraj

Kao što je prikazano na slici 16, Facebook ikoni dodan je link koji jednim klikom miša vodi posjetitelje na Facebook stranicu udruge Životni zov, te je gumbu Doniraj također postavljen *hover* efekt koji se prelaskom miša iz zelenog gumba s bijelog teksta pretvara u bijeli gumb sa zelenim tekstom i zelenim okvirom.

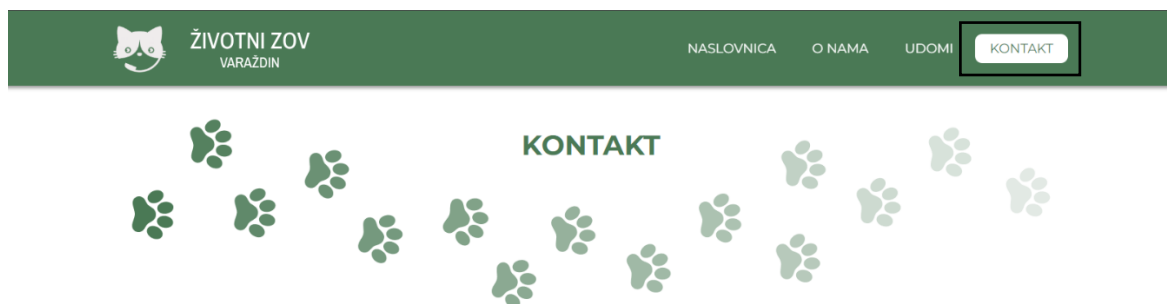
5.2.4. Webflow sekcija Doniraj



Slika 19. Prozor za donacije

Klikom na gumb Doniraj u sekciji Udomi otvara se skočni prozor koji je manjih dimenzija nego ostale sekcije te poziva na akciju pomaganja i sadrži IBAN broj za lakšu proceduru doniranja. U kut prozora stavljen je X kako bi se jednostavno moglo izaći iz prozora u prethodnu sekciju.

5.2.5. Webflow sekcija Kontakt



Slika 20. Hover sekcije Kontakt

Na slici 18 se može vidjeti navigacija koja je ID-em povezana na Kontakt sekciju te se klikom miša s bilo kojeg djela stranice može vratiti na posljednju sekciju. Prelaskom miša/*pointer*a po istoj izgled iz zelene pozadine s bijelim tekstom mijenja se u bijelu pozadinu sa zelenim tekstom zbog *hover* efekta koji joj je dodijeljen.

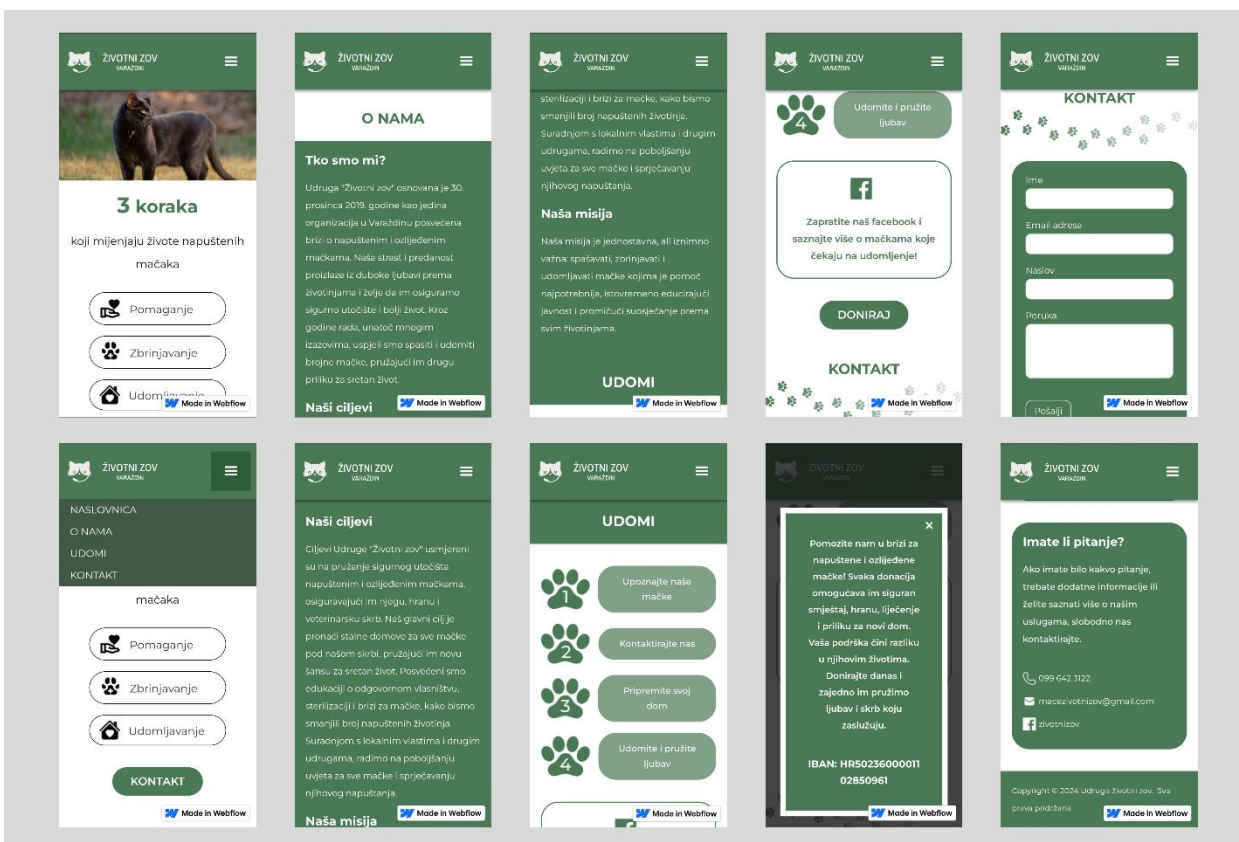
The image shows a contact form and contact information on a dark green background. On the left, there is a form with four input fields: 'Ime' (Name) with 'Test', 'Email adresa' (Email address) with 'Test@test.com', 'Naslov' (Title) with 'Test', and 'Poruka' (Message) with 'Test'. Below the message field is a 'Pošalji' (Send) button. On the right, there is a section titled 'Imate li pitanje?' (Do you have a question?). Below the title, there is a paragraph of text: 'Ako imate bilo kakvo pitanje, trebate dodatne informacije ili želite saznati više o našim uslugama, slobodno nas kontaktirajte.' Below this text is a box containing contact information: a phone icon followed by '099 642 3122', an email icon followed by 'macezivotnizov@gmail.com', and a Facebook icon followed by 'zivotnizov'. At the bottom of the page, there is a dark green footer with the text 'Copyright © 2024 Udruga životni zov. Sva prava pridržana.' on the left and 'Activa Go to S' on the right.

Slika 21. Hover gumba Pošalji

Na sekciji Kontakt nalazi se kontakt forma koja se sastoji od relevantnih tekstualnih polja. Polje Poruka je znatno veće od ostalih jer je namijenjeno upisu dužeg teksta. Na kraju kontakt forme nalazi se gumb Pošalji kojem je dodijeljen efekt *hover*. Prelaskom miša/*pointer*a on mijenja boju gumba iz zelene u bijelu i boju teksta iz bijele u zelenu te se na klik miša šalju unesene informacije i željena poruka. Na desnoj strani su navedeni opći kontakt podaci udruge - broj mobitela koji se može kopirati ili izravno pozvati, e-mail adresa i profil udruge na Facebooku.

5.2.6. Mobilni prikaz web sjedišta

Web sjedište koje je responzivno tj, prilagođeno prikazu na svim veličinama zaslona pruža bolje korisničko iskustvo te se bolje rangira na tražilicama. U današnje vrijeme, pametni mobilni uređaji dominiraju u segmentu pristupa webu te je vrlo važno da sadržaj web sjedišta bude njima prilagođen. Izrada responzivnog web sjedišta uvelike smanjuje troškove i vrijeme izrade jer umjesto izrade više različitih verzija istog sjedišta, responzivnost omogućuje izradu jednog rješenja koje se može prilagoditi za sve potrebe. Postoji veća šansa da posjetitelji kupe neki proizvod, prijave se ili čak doniraju ako su to u mogućnosti uraditi putem mobilnog uređaja.



Slika 22. Web sjedište za mobilni uređaj

Link na web sjedište: <https://udruga-zivotni-zov.webflow.io/>

6. Zaključak

S posebnim naglaskom na utjecaj samog web dizajna u domeni izgradnje prepoznatljivog brenda te parametre vezane za strukturu i sadržaj web sjedišta, ovim je radom analizirana problematika izrade modernog web sjedišta, na primjeru udruge Životni zov iz Varaždina. U današnje doba teško je konkurirati u području web dizajna te programiranja zbog velikog napretka i razvoja pripadajućih tehnologija te sve većeg broja ljudi koji se time bave. No, postupak se može značajno prilagoditi odabirom valjanih alata. Stoga, kroz ovaj završni rad posebna pažnja je posvećena modernim alatima Figma i Webflow.

Kroz rad prikazana je osnovna razlika te prednosti i nedostaci razmatranih alata. To se prvenstveno odnosi na UI/UX alate i pristupe kodiranju web sjedišta. Napravljena je usporedba popularnih UX/UI alata te manualnog kodiranja s WYSIWYG pristupom koji je dominantan u sklopu alata Webflow. Analizom su utvrđene sve beneficije korištenja alata Figma, a kao jedna od najvažnijih istaknuta je mogućnost njegove primjene izravno kroz sučelje web preglednika. Isto tako, mogućnost realizacije funkcionalnog prototipa važna je karakteristika Figue jer time značajno doprinosi pravovremenom rješavanju tehničkih problema i prije izrade konačnog web sjedišta te doprinosi točnosti i vjernosti sveukupnog dizajna. Također, naglašena je važnost samog dizajna kao temelja izrade svakog web sjedišta, kojim se uspostavlja odnos s potencijalnim klijentima i doprinosi etabliranju brenda. Usporedba Webflow alata s ručnim kodiranjem pokazala je jednostavnost te učinkovitost izrade web sjedišta s pomoću *no-code* tehnologije koja znatno olakšava korisnicima izradu sjedišta i smanjuje vrijeme izrade istog za razliku od manualnog kodiranja. Teorijski zaključci su potkrijepljeni praktičnom realizacijom web sjedišta za udrugu Životni zov iz Varaždina, primjenom navedenih alata. Time je zaokružena cjelina koja demonstrira upotrebljivost i kvalitetu razmatranih alata u kontekstu modernog web dizajna.

Budućnost i daljnji razvoj tehnologija zasigurno će doprinijeti stvaranju novih alata te olakšavanju već postojećih, a u tom svijetu opstat će oni stručnjaci koji će uvijek biti otvoreni za nova učenja i cjeloživotno usavršavanje.

7. Literatura

- [1] Van Duyne, D. K., Landay, J. A., Hong, J. I. (2007). The design of sites. United Kingdom: Prentice Hall. Dostupno [12.06.2024.] na:
https://www.google.hr/books/edition/The_Design_of_Sites/eE2TxLtDsL8C?hl=en&gbpv=0
- [2] Mitchell, S. (2008). Create Your Own Website. United Kingdom: Pearson Education. Dostupno [12.06.2024.] na:
https://www.google.hr/books/edition/Create_Your_Own_Website/xKLLi0rmPqcC?hl=en&gbpv=0
- [3] The Evolution of Web Design. Dostupno [12.06.2024.] na:
<https://www.webfx.com/blog/web-design/the-evolution-of-web-design/>
- [4] Single page vs mutli-page websites: Design battle! Dostupno [15.06.2024.] na:
<https://www.justinmind.com/blog/single-page-vs-multi-page-websites-design-battle/>
- [5] SEO optimizacija, Izrada web stranica, Internet marketing. Dostupno [12.06.2024.] na: <https://www.seo-webdesign.com.hr/>
- [6] Web stranice – nekada i sada: šta se promijenilo? Dostupno [12.06.2024.] na:
<https://novine.ba/2020/09/29/web-stranice-nekada-i-sada-sta-se-promijenilo/>
- [7] Interaction design foundation, Web design. Dostupno [12.06.2024.] na:
<https://www.interactiondesign.org/literature/topics/web-design>
- [8] Websites Then and Now: What Changed in the Past 25 Years. Dostupno [12.06.2024.] na: <https://www.oxy.com/blog/en/websites-then-vs-websites-now/>
- [9] Then and now: How web design has changed over the years. Dostupno [12.06.2024.] na: <https://blog.tbhcreative.com/how-web-design-has-changed/>
- [10] Beard, J., Walker, A., George, J. (2020). The Principles of Beautiful Web Design. United States: SitePoint. Dostupno [15.06.2024.] na:
https://www.google.hr/books/edition/The_Principles_of_Beautiful_Web_Design/BczDEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

- [11] Best website designs to inspire you in 2023. Dostupno [15.06.2024.] na:
<https://business.adobe.com/blog/basics/best-website-design-examples>
- [12] Pros and Cons of a Single Page Website. Dostupno [15.06.2024.] na:
<https://www.glueup.com/blog/single-page-website>
- [13] Columbia Engineering: What is UX Design? Differences Between UX and UI Design. Dostupno [15.6.2024.] na: <https://bootcamp.cvn.columbia.edu/blog/what-is-uxdesign/>
- [14] Staiano, F. (2023). Designing and Prototyping Interfaces with Figma: Elevate Your Design Craft with UX/UI Principles and Create Interactive Prototypes. United Kingdom: Packt Publishing. Dostupno [15.06.2024.] na:
https://www.google.hr/books/edition/Designing_and_Prototyping_Interfaces_wit/7zvrEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- [15] What is Figma and its Advantages? Dostupno [16.06.2024.] na:
<https://myuxacademy.com/what-is-figma/>
- [16] M. Sirotić, "Alati za dizajn korisničkog sučelja i iskustva", Završni rad, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2022. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:195:006512>
- [17] Explore design files. Dostupno [16.06.2024.] na: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/15297425105303-Explore-design-files>
- [18] Play your prototypes. Dostupno [16.06.2024.] na: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360040318013-Play-your-prototypes>
- [19] Guide to Dev Mode. Dostupno [16.06.2024.] na: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/15023124644247-Guide-to-Dev-Mode>
- [20] Search Historian, FlowNinja: What is Webflow?. Dostupno [19.06.2024.] na:
<https://www.flow.ninja/blog/what-iswebflow>
- [21] Webflow University: Intro to the Webflow Designer. Dostupno [19.06.2024.] na:
<https://university.webflow.com/lesson/intro-to-the-designer?topics=getting-started>
- [22] Design your store, your way – without coding. Dostupno [19.06.2024.] na:
<https://webflow.com/ecommerce#main>

- [23] D. Maljković, "Usporedba izrade web stranice korištenjem platforme Webflow i ručne izrade s HTML-om, CSS-om i JavaScriptom", Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb, 2023. Dostupno [19.06.2024.] na:
<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:794938>
- [24] Pros and Cons of Using Webflow: Everything You Need to Know. Dostupno [19.06.2024.] na: <https://www.seattlenewmedia.com/blog/pros-and-cons-of-webflow>
- [25] L. Sitar, "Izrada osobnog web sjedišta primjenom no-code metodologije", Završni rad, Sveučilište Sjever, Koprivnica, 2024. Dostupno [19.06.2024.] na:
<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:978146>

Popis slika

Slika 1. Prva web stranica „World Wide Web“ 1991. godine	3
Slika 2. Primjer dobrog web dizajna “Unseen studio“	4
Slika 3. Primjer prepoznatljivog brenda “Coca-cola“	5
Slika 4. Logotip udruge Životni zov	13
Slika 5. Paleta boja web sjedišta	14
Slika 6. Tipografija korištena za izradu web sjedišta.....	15
Slika 7. Naslovnica.....	16
Slika 8. Fotografija korištena u svrhu izrade naslovne stranice.....	16
Slika 9. O nama	17
Slika 10. Fotografija korištena u svrhu izrade stranice O nama.....	18
Slika 11. Udomi.....	19
Slika 12. Doniraj	20
Slika 13. Kontakt.....	21
Slika 14. Hover sekcije Naslovnica.....	22
Slika 15. Hover gumba Kontakt.....	22
Slika 16. Hover sekcije O nama	23
Slika 17. Hover sekcije Udomi	23
Slika 18. Hover gumba Doniraj.....	24
Slika 19. Prozor za donacije	25
Slika 20. Hover sekcije Kontakt.....	26
Slika 21. Hover gumba Pošalji.....	26
Slika 22. Web sjedište za mobilni uređaj	28

Popis tablica

Tablica 1. Usporedba UI/UX alata.....	9
---------------------------------------	---

Suglasnost za korištenje autorskih materijala tvrtke/obrta/udruge i naziva u
završnom radu

Ja, VERICA KESAUJVIĆ PAULONIĆ (ime i prezime odgovorne osobe), iz tvrtke/obrta/udruge
UDRUŽENJE ŽIVOTNI ZOV (puni naziv tvrtke), ovime dajem suglasnost ANITA ŠOKMAN
(ime i prezime studenta) za korištenje autorskih materijala tvrtke/obrta/udruge, spominjanje
naziva tvrtke/obrta/udruge i prikaz relevantnih brendova/projekata, u svrhu izrade završnog rada
IZRADA WEB STRANICE ZA UDRUGU ŽIVOTNI ZOV PRILIKOM KATA FISHA I NEBRAN (puni naziv rada), u sklopu
prije-diplomskog stručnog studija Multimedija, oblikovanje i primjena, na Sveučilištu Sjever.

u ŽALIAŠTU (mjesto), 10. 09. 2024 (datum)





IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Anita Šokman (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Izrada web sjedišta za udrugu Životni zov primjenom alata Figma i Webflow (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Anita Šokman
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Anita Šokman (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Izrada web sjedišta za udrugu Životni zov primjenom alata Figma i Webflow (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Anita Šokman
(vlastoručni potpis)