

DESAIN APLIKASI PEMESANAN *EVENT ORGANIZER*
“EVORIA” DENGAN PENDEKATAN
USER-CENTERED DESIGN



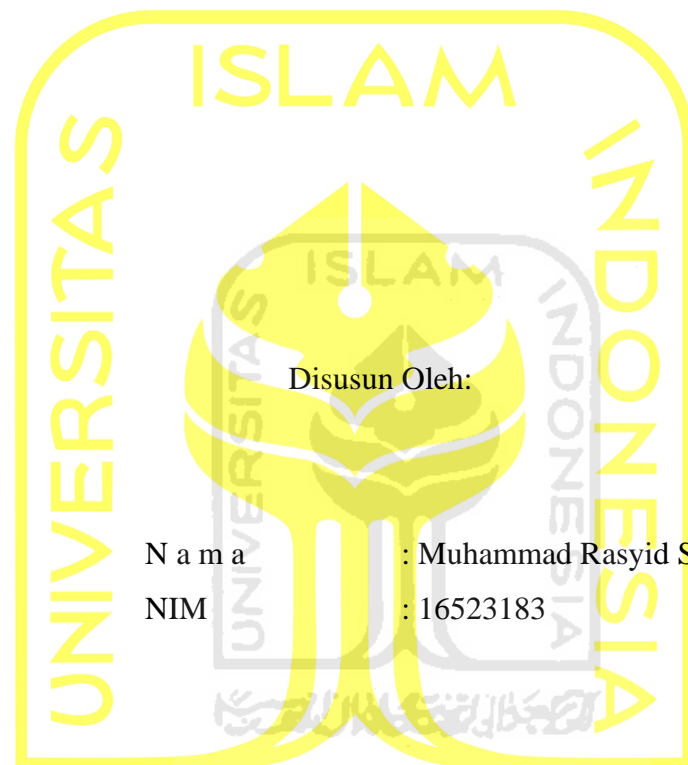
N a m a : Muhammad Rasyid Shadiq
NIM : 16523183

PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2020

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

DESAIN APLIKASI PEMESANAN *EVENT ORGANIZER*
“EVORIA” DENGAN PENDEKATAN
USER-CENTERED DESIGN

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh:
N a m a : Muhammad Rasyid Shadiq
NIM : 16523183

الجمهورية الإسلامية اندونيسية

Yogyakarta, 30 Oktober 2020

Pembimbing,

(Irving Vitra Paputungan S.T., M.Sc., Ph.D)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

DESAIN APLIKASI PEMESANAN *EVENT ORGANIZER*
“EVORIA” DENGAN PENDEKATAN
USER-CENTERED DESIGN

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 16 November 2020

Tim Penguji

Irving Vitra Paputungan S.T., M.Sc., Ph.D

Anggota 1

Moh. Idris, S.Kom., M.kom.

Anggota 2

Fayruz Rahma, S.T.,M.Eng.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rasyid Shadiq

NIM : 16523183

Tugas akhir dengan judul:

DESAIN APLIKASI PEMESANAN *EVENT ORGANIZER*
“EVORIA” DENGAN PENDEKATAN
USER-CENTERED DESIGN

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 Oktober 2020



(Muhammad Rasyid Shadiq)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT., karena cinta dan kasih sayang-Nya telah memberikan saya kekuatan dan membekali diri saya dengan ilmu pengetahuan. Atas karunia serta kemudahan yang diberikan, akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Tak lupa shalawat serta salam selalu terlimpahkan Rasulullah Muhammad SAW.

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada hentinya, saya persembahkan tugas akhir ini kepada Ibunda Santi Bunga dan Ayah Ustad Ahmad, yang telah memberikan semangat serta dukungan dan doa yang tak henti-hentinya untuk saya agar selalu diberikan kemudahan dalam segala hal. Selain itu, untuk adik saya Raihanah Aqilah Azkiyah, yang telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih untuk teman-teman satu tim saya yaitu Aditya Mahavira dan Mutia Mernisiola Zipa yang mau bekerja sama, saling memotivasi, saling menyemangati sehingga saya bisa menyelesaikan laporan skripsi ini.

Untuk sahabat-sahabat kontrakan saya yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan nasihat, Musta Iqbal, Elang Trikora, Yoga Ardiantama. Terima kasih untuk kalian yang telah memberikan banyak hal yang tak terlupakan.

Selain itu, kepada Bapak Irving Vitra Paputungan S.T., M.Sc., Ph.D., selaku dosen pembimbing tugas akhir saya. Terima kasih sudah menjadi dosen pembimbing terbaik untuk saya, yang membantu saya selama ini, memberikan ilmu dan nasihat, serta mengarahkan saya sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

HALAMAN MOTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri”

(QS. Al-Ankabut: [29]:6)

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”

(Confusius)

“Bola adalah teman”

(Tsubasa Ozora)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah atas segala rahmat yang telah diberikan oleh Allah SWT, tiada hidayah yang lebih besar daripada hidayah yang diberikan oleh-Nya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta para sahabat. Sehingga atas ridho-Nya tugas akhir yang berjudul “Desain Aplikasi Pemesanan *Event Organizer* “Evoria” dengan Pendekatan *User-Centered Design*” dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun sebagai syarat yang harus ditempuh untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana, pada Jurusan Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, doa serta bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak R. Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Irving Vitra Papatungan S.T., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pemimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, dukungan, waktu serta ilmunya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Bapak dan ibu dosen Jurusan Informatika yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga bapak dan ibu dosen selalu dalam rahmat dan lindungan Allah SWT, sehingga ilmu yang telah diajarkan dapat bermanfaat di kemudian hari.
5. Ucapan terima kasih yang tiada hentinya kepada Ibunda tercinta Ibu Santi Bunga dan Ayah Ustad Ahmad atas segala pengorbanan yang sangat luar biasa, serta doa-doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada saudara tercinta Raihanah Aqilah Azkiyah atas doa, saran serta seluruh dukungannya selama penulis kuliah hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada Annissa Kurniasari yang membantu dan memberi semangat dalam proses pembuatan tugas akhir.

8. Kepada seluruh keluarga yang telah mendukung dan memberikan doa kepada penulis.
9. Teman-teman kontrakan: Musta Iqbal, Elang Trikora, Egi Tanadi, Yoga Ardiantama yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama ini.
10. Teman-teman Skuy Living yang memberikan kenangan ketika di kampus.

Semoga dengan selesainya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak terutama kepada Program Studi Informatika dalam penerapan pendekatan *user-centered design* untuk mengembangkan sebuah aplikasi. Tentunya sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari kesalahan, sehingga dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang ada. Penulis juga membuka kesempatan untuk kritik dan saran yang bersifat membangun kepada pembaca. Terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 30 Oktober 2020



(Muhammad Rasyid Shadiq)

SARI

Pencarian hingga pemesanan *event organizer* di era digital dihadapkan oleh rumitnya proses membandingkan harga, regulasi kontrak kerja, dan fasilitas acara tanpa bantuan sebuah sistem. Belum lagi, muncul kekhawatiran pengguna atas transaksi yang minimnya legalitas dan jaminan keamanan di tiap pemesanan *event organizer* yang melalui jejaring media sosial. Artikel ini menjabarkan perancangan sebuah aplikasi bernama Evoria untuk memudahkan *event organizer* maupun para pengguna jasanya saling bertukar informasi. Pendekatan *User-Centered Design* (UCD) digunakan mengingat maraknya aplikasi yang tidak ramah terhadap keinginan dan kemauan pengguna dengan kustomisasi yang tepat. UCD memiliki beberapa tahapan, yaitu *understand users*, *define interaction*, *design UI*, dan *validate*. Aplikasi ini berhasil menjadi platform yang tepat bagi calon pemesan untuk mengenali keinginan atau selera mereka dalam menentukan *event organizer* terbaik.

Kata kunci: *Event organizer*; Desain; *User-Centered Design*



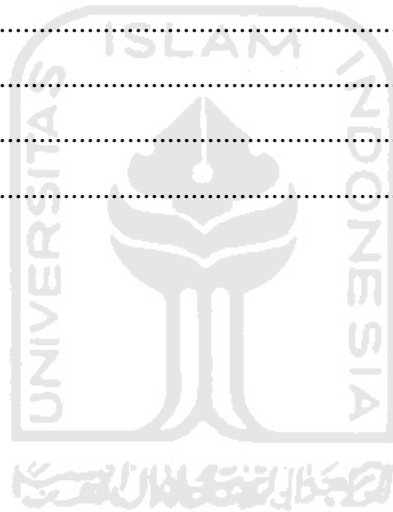
GLOSARIUM

- E-Marketplace:** Pasar online tempat terjadinya jual beli, biasanya dilakukan antar perusahaan (Business to business atau B2B mendominasi hingga 75% *e-marketplace*).
- E-Commerce:** Penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, TV, atau jaringan komputer yang lainnya.
- Event Organizer:** Istilah untuk penyedia jasa profesional penyelenggara acara. Meski bisa dialihbahasakan, namun umumnya istilah aslinya tetap dipergunakan.
- Prototype:** Model kerja dasar sebagai pengembangan perangkat lunak.
- Startup:** Sebuah perusahaan yang baru saja dibangun atau dalam masa rintisan, namun tidak berlaku untuk semua bidang usaha, istilah *startup* ini lebih dikategorikan untuk perusahaan bidang teknologi dan informasi yang berkembang di dunia internet.
- User Experience:** Merupakan proses mendesain suatu produk melalui pendekatan pengguna. Dengan pendekatan ini akan bisa menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.
- User Interface:** Bagian dari UX yang berupa tampilan desain visual sebuah sistem. Tampilan tersebut memungkinkan pengguna terhubung dan berinteraksi dengan suatu produk.
- User Persona:** Representasi dari tujuan yang didasarkan pada kebutuhan sekelompok *user* saat menggunakan produk.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI	ix
GLOSARIUM.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Lingkup Aplikasi	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	3
1.6 Metodologi	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 <i>Startup</i>	5
2.2 Event Organizer.....	6
2.3 E-marketplace.....	7
2.4 User Experience.....	7
2.5 User Interface	8
2.6 User Centered Design (UCD).....	8
BAB III METODOLOGI.....	13
3.1 <i>Understand users</i>	13
3.2 <i>Define interaction</i>	14
3.3 <i>Design UI</i>	14
3.4 <i>Validate</i>	15

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Menentukan Calon Pengguna.....	16
4.2 Wawancara (<i>User Interview</i>).....	17
4.3 User Persona.....	19
4.4 <i>Pain Point</i>	22
4.5 <i>Competitive Research</i>	24
4.6 <i>User Flow</i>	26
4.7 <i>WireFrame</i>	27
4.8 Desain Antarmuka (<i>User Interface</i>).....	33
4.9 <i>Validate</i>	41
4.10 Analisis Komersialisasi	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan HCD dan UCD	11
Tabel 4.1 Kriteria Partisipan	16
Tabel 4.2 Hasil Wawancara	17
Tabel 4.3 Solusi <i>Pain Point</i>	23
Tabel 4.4 Hasil <i>competitive research</i>	24
Tabel 4.5 Skenario 1	41
Tabel 4.6 Hasil Skenario 1	42
Tabel 4.7 Skenario 2	42
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Skenario 2	43
Tabel 4.9 Skenario 3	43
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Skenario 3	44
Tabel 4.11 Skenario 4	44
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Skenario 4.....	45
Tabel 4.13 Skenario 5	45
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Skenario 5.....	46
Tabel 4.15 Skenario 6	46
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Skenario 6.....	46
Tabel 4.17 Skenario 7	47
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Skenario 7.....	47
Tabel 4.19 <i>Feedback</i> dan Saran Partisipan	48
Tabel 4.20 Hasil Pengujian tingkat penyelesaian scenario tugas tahap akhir.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan UCD	9
Gambar 3.1 <i>The SAP User-Centered Design Process</i>	13
Gambar 4.1 <i>User Persona 1</i>	20
Gambar 4.2 <i>User Persona 2</i>	20
Gambar 4.3 <i>User Persona 3</i>	21
Gambar 4.4 <i>User Persona 4</i>	21
Gambar 4.5 <i>User Persona 5</i>	22
Gambar 4.6 <i>User Flow Pengguna</i>	26
Gambar 4.7 <i>User Flow Event Organizer</i>	26
Gambar 4.8 <i>Wireframe Halaman Login Pengguna</i>	27
Gambar 4.9 <i>Wireframe Halaman Registrasi Event Organizer</i>	28
Gambar 4.10 <i>Wireframe Halaman Beranda</i>	29
Gambar 4.11 <i>Wireframe Halaman Profile Event Organizer</i>	29
Gambar 4.12 <i>Wireframe Halaman Detail Produk</i>	30
Gambar 4.13 <i>Wireframe Halaman Chat</i>	31
Gambar 4.14 <i>Wireframe Halaman Order</i>	31
Gambar 4.15 <i>Wireframe Halaman Pesanan Saya</i>	32
Gambar 4.16 <i>Wireframe Halaman Inspiration</i>	32
Gambar 4.17 <i>Antarmuka Home</i>	33
Gambar 4.18 <i>Antarmuka Login, Registrasi Pengguna, Registrasi Event Organizer</i>	34
Gambar 4.19 <i>Antarmuka Profile Event Organizer</i>	35
Gambar 4.20 <i>Antarmuka Halaman Detail Produk</i>	36
Gambar 4.21 <i>Antarmuka Halaman Chat</i>	37
Gambar 4.22 <i>Antarmuka Halaman Order</i>	37
Gambar 4.23 <i>Antarmuka Halaman Pesanan Saya</i>	38
Gambar 4.24 <i>Antarmuka Halaman Inspiration</i>	38
Gambar 4.25 <i>Antarmuka Halaman Home Event Organizer</i>	39
Gambar 4.26 <i>Antarmuka Halaman Tambah Produk</i>	40
Gambar 4.27 <i>Antarmuka Halaman Tambah Portofolio</i>	40
Gambar 4.28 <i>Re-design Halaman. Profile EO</i>	50
Gambar 4.29 <i>Re-design Fitur Pencarian</i>	50
Gambar 4.30 <i>Re-design Section Footer</i>	51

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Puluhan ribu pasangan menikah tiap tahun di provinsi DIY sebagaimana tercatat oleh Badan Pusat Statistik. Kesempatan untuk merayakan momen sakral tersebut tentu ingin dilaksanakan secara maksimal serta memuaskan. Berdasarkan riset yang dihasilkan oleh website “Bride Story” terhadap 5000 pengantin di tahun 2017, pengantin perlu mempersiapkan anggaran biaya pernikahan dengan interval 20-400 juta rupiah. Secara umum, biaya tersebut akan dicanangkan untuk pelaksanaan kegiatan yang diprakarsai oleh beberapa vendor maupun *event organizer* terpilih (Bridestory 2018).

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh penyedia jasa manajemen kegiatan adalah sulitnya membangun jejaring dan publikasi di tengah persaingan pasar yang serba cepat, praktis, dan digital. Tantangan tersebut, selain dari acara pernikahan, juga ditambah lagi dengan beberapa kegiatan instansi pemerintah, sebagaimana dilansir *Calender Event Organizer* (CEO) bahwa terdapat 200 kegiatan resmi pemerintah di tahun 2019 (VisitingJogja 2019). Selain itu, kegiatan publik semisal konser musik dan pentas seni hanya dieksekusi oleh panitia lokal sebab minimnya perhatian terhadap jasa vendor dan manajemen kegiatan yang proporsional. Akumulasi dari rangkaian acara tersebut perlu ditarik ke dalam satu wadah yang komprehensif dan ditangani oleh tenaga vendor yang profesional.

Mengenai pemilihan vendor, survei membuktikan bahwa pasangan terutama mengandalkan rekomendasi keluarga dan teman (23,9%) untuk memilih vendor yang paling sesuai. Pada tahun 2018 sumber *online* seperti Bridestory (18,8%) dan media sosial lainnya (18,8%) mengalami kenaikan persentase dibandingkan tahun sebelumnya, yang berarti eksistensi dan portofolio secara *online* juga penting untuk dimiliki vendor. Setelah menemukan kandidat, faktor harga (40,3%), portofolio (25,9%) dan *review* (12,9%) merupakan tiga hal utama yang membantu dalam menentukan satu vendor (Bridestory 2018).

Salah satu penunjang sebuah *platform* aplikasi adalah *User Interface* (UI) dan *User experience* (UX). Dengan memfokuskan desain pada *user experience*, maka akan membuat sebuah produk dengan fitur-fitur yang memang dibutuhkan oleh pengguna. Produk yang dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna akan diminati. Salah satu perusahaan yang telah membuktikan keberhasilan dari mendengarkan kebutuhan pengguna adalah ESPN yang

berhasil meningkatkan 35% pendapatan website mereka setelah mendesain ulang *homepage* (Aprilia 2020). Produk yang tersaji dengan tampilan buruk dan sulit digunakan akan cepat ditinggalkan oleh pengguna. Riset dari Dot Com Inforwat (DCI) mengatakan 62% *uninstall* aplikasi di ponsel mereka karena tampilan berantakan dan sering eror (Aprilia 2020).

Perancangan desain aplikasi Evoria menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) guna mencapai kemudahan yang diharapkan dan sesuai dengan keinginan pengguna. UCD merupakan pendekatan perancangan yang menempatkan *user* atau pengguna sebagai pusat dari proses sistem (Widhiarso, Jessianti, and Sutini 2007). Keterlibatan pengguna, pengukuran empiris dan pengujian, dan desain berulang adalah prinsip dasar dari UCD.

Harapan dari tugas akhir ini adalah menghasilkan rancangan *user experience* dengan menggunakan pendekatan *user centered design* (UCD) yang mudah diaplikasikan dan memberi pengalaman baru kepada *user*. Setelah itu dapat direalisasikan oleh pengembang aplikasi Evoria dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang *user experience* dengan pendekatan *user centered design* (UCD) yang memberi kemudahan pengguna untuk memilih vendor untuk acara mereka.

1.3 Lingkup Aplikasi

Lingkup aplikasi Evoria ini adalah sebagai berikut:

- a. Aplikasi hanya bisa digunakan untuk memasarkan jasa EO yang berdomisili di Yogyakarta dikarenakan aplikasi masih dalam tahap awal.
- b. Aplikasi berbasis *website* dan hanya dapat diakses menggunakan browser.
- c. Aplikasi hanya memasarkan jasa *event/acara*.

1.4 Tujuan

Tujuan perintisan bisnis bagian desain ini adalah merancang *user experience* aplikasi dengan pendekatan *user centered design* (UCD) yang memberi kemudahan pengguna untuk mencari dan memilih vendor yang mereka inginkan secara *online*.

1.5 Manfaat

Manfaat dari perintisan bisnis bagian desain ini adalah sebagai berikut:

- a. Menghasilkan rancangan aplikasi yang dapat direalisasikan oleh tim Axel Indonesia.
- b. Membantu mengembangkan industri *event organizer* melalui pemesanan *online*.
- c. Menyediakan tempat untuk para pelaku usaha di bidang *event organizer* memasarkan portofolio mereka.
- d. Menjadi wadah untuk para pencari vendor yang mereka inginkan.

1.6 Metodologi

Dalam melakukan pengembangan aplikasi Evoria, penulis menggunakan pendekatan *User Centered Design* atau UCD yang memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. *Plan the human centered process.*

Tahap pertama dalam pengembangan adalah diskusi dengan tim Axel Indonesia dan orang-orang yang terlibat dalam pengembangan. Penulis juga melakukan studi literatur terhadap penelitian, jurnal dan buku yang berhubungan dengan pengembangan ini.

- b. *Specify the context of use.*

Tahap kedua adalah mengidentifikasi orang-orang yang akan menjadi pengguna aplikasi. Untuk mendapatkan informasi peneliti menggunakan metode observasi dan *interview* singkat kepada narasumber.

- c. *Specify user and organisation requirements.*

Tahap ketiga adalah mengidentifikasi kebutuhan fungsional yang sesuai keinginan dari *user*.

- d. *Produce design Solution.*

Tahap keempat adalah perancangan desain aplikasi yang diimplementasikan menggunakan purwarupa dengan desain yang sesuai yang diinginkan oleh *user*.

- e. *Evaluate design against user requirement*

Tahap kelima adalah pengujian yang telah dibuat sesuai dengan keinginan *user*. Penguji sebaiknya memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Pengujian akan selesai jika purwarupa sudah sesuai dengan keinginan *user*.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika pada laporan pengembangan ini memiliki 5 bab di dalamnya yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu, penulis menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, lingkup aplikasi, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab dua, penulis menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan untuk merancang desain antarmuka dan interaksi aplikasi Evoria.

BAB III METODOLOGI

Pada bab tiga, penulis menjelaskan tentang pendekatan yang digunakan dalam merancang desain antarmuka dan interaksi aplikasi Evoria

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat, penulis menjelaskan tentang pembuatan *user flow*, *wireframe*, purwarupa, pengujian hasil rancangan antarmuka, dan analisis komersialisasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima, penulis menjelaskan kesimpulan dari hasil keseluruhan kegiatan perancangan desain yang dilakukan dan menuliskan saran mengenai perancangan yang mungkin akan bisa dilanjutkan oleh penulis di masa yang akan datang.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Startup*

Definisi *startup* menurut Eric Ries pada bukunya yang berjudul *Lean Startup* adalah sebagai berikut “*a human institution designed to deliver a new product or service under conditions of extreme uncertainty*”. Definisi dari Eric Ries dapat dibagi menjadi tiga penggalan. Penggalan yang pertama adalah “*a human institution*” jadi sebuah *startup* adalah institusi manusia, bisa berupa individu atau perusahaan. Penggalan yang kedua “*to deliver a new product or service*” yang dapat diartikan *startup* didirikan oleh perorangan atau perusahaan untuk menjual produk atau jasa baru. Penggalan yang ketiga adalah “*under conditions of extreme uncertainty*” maksud definisi tersebut adalah *startup* sebagai bisnis baru yang didirikan memiliki ketidakpastian yang sangat tinggi, apakah *startup* itu akan berhasil atau gagal. Ini yang membedakan *startup* yang perusahaan yang sudah *established*. Perusahaan yang sudah lama berdiri umumnya sudah memiliki jam terbang yang tinggi dalam menghadapi kondisi-kondisi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ketidakpastian ini yang dihadapi pendiri *startup*. *Startup* akan mencoba metode dan model proses bisnis apa saja yang sesuai dengan pasar mereka dan pasarpun menerima produk atau jasa yang ditawarkan dari *startup* tersebut. *Startup* harus melakukan *crazy experiments* hingga *startup* mengungkapkan jalan kesuksesannya masing-masing (Eric Ries 2011).

Membangun sebuah *startup* tentunya tidak hanya dibuat berdasarkan ide dan modal saja, namun juga harus mempunyai kolaborasi akan tim eksekusi yang sangat baik. Dalam pengembangan aplikasi Evoria tentu dibutuhkan tim yang masing-masing memiliki bidang pekerjaan yang tergabung di tim Axel Indonesia. Tim Axel Indonesia merupakan kelompok yang terdiri dari tiga orang dalam pembuatan *startup* yang berfokus dalam bidang *event organize* yaitu Mutia Mernisiola Zipa, Muhammad Rasyid Shadiq dan Aditya Mahavira. Ketiga orang ini memegang peran yang berbeda-beda yaitu terdiri dari *hustler*, *hipster* dan *hacker*. Ketiga karakter ini sangat penting untuk kebutuhan sebagai pondasi dalam membangun sebuah *startup* (Techfor id 2019).

Hustler (Marketing & Business)

Dalam *startup hustler* lah yang bertanggung jawab dalam pengembangan bisnis (Devi Kusuma Wardhani 2018). Landasan bisnis yang kuat membuat *startup* tetap bertumbuh dan *sustain* dari persaingan-persaingan *startup* yang serupa. *Hustler* harus fokus terhadap *market*

dan harus mengetahui keinginan dari pasar. *Hustler* dalam tim Axel Indonesia adalah Mutia Mernisiola Zipa.

Hipster (Design & User Experience)

Hipster dalam pengembangan *startup* berfokus terhadap *design*. *Hipster* harus dapat mencitrakan perusahaan yang keren dan mudah untuk diingat melalui melalui hasil *design* virtual yang dibuat. Tugas utama *hipster* adalah dapat menerjemahkan keinginan *user* ke dalam *user experience* produk yang dibuat (Acer 2016). *Hipster* dalam tim Axel Indonesia adalah Muhammad Rasyid Shadiq.

Hacker

Tim terakhir yang harus ada adalah *hacker*. *Hacker* bertanggung jawab dalam pengembangan teknologi suatu *startup*. *Hacker* harus memiliki keterampilan dalam *coding* dan *programming*. Kemampuan lain yang harus dimiliki oleh *hacker* adalah komunikasi yang baik dengan tim (Techfor id 2019). *Hacker* dalam tim Axel Indonesia adalah Aditya Mahavira.

2.2 Event Organizer

Event Organizer (EO) adalah istilah penyedia jasa profesional yang bertugas sebagai penyelenggara acara. EO bertugas membantu kliennya dalam menyelenggarakan acara baik yang berukuran kecil, menengah, maupun besar. Jasa EO dibutuhkan karena keterbatasan waktu dan sumber daya yang dimiliki klien (Dr. Bachruddin Saleh Luturlean 2019).

Beberapa jenis EO berdasarkan dari jenis acara yang diadakan:

1. *One Stop Service Agency*: EO besar yang mampu menyelenggarakan berbagai jenis acara hingga skala internasional sekalipun.
2. *MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)*: EO yang khusus bergerak di bidang penyelenggaraan acara berbentuk pertemuan.
3. *Brand Activation*: adalah EO yang secara spesifik membantu *client*-nya untuk mempromosikan *brand*/merk di kalangan konsumen, dengan berinteraksi langsung ke target pasarnya.
4. Musik dan Hiburan: EO yang memiliki spesialisasi di bidang hiburan terutama musik.
5. Penyelenggara Pernikahan: EO yang khusus membantu klien mengadakan pesta pernikahan.
6. Penyelenggara Ulang Tahun: EO yang ahli membuat pesta ulang tahun termasuk untuk anak-anak.

7. Penyelenggara Pribadi: EO khusus yang bergerak untuk penyelenggara pesta pribadi.

2.3 E-marketplace

Secara bahasa *e-marketplace* adalah pasar yang berada di internet yang dapat dikatakan pasar *online*. Tempat terjadinya jual beli atau bertemunya *customer* dan *seller* sehingga terjadilah sebuah transaksi. Perbedaan antara *e-marketplace* dan *marketplace* adalah kita dapat kapan saja dan di mana saja pergi ke pasar selama ada akses internet (Devi Kusuma Wardhani 2018). Ada dua jenis *e-marketplace* yang pertama adalah *private e-marketplace*. *Private e-marketplace* adalah pasar *online* yang dimiliki dan dikelola oleh satu perusahaan. Perusahaan tersebut juga memiliki kendali penuh untuk transaksi di dalam *e-marketplace*. Model yang kedua adalah *public e-marketplace* pasar *online* yang dikelola dan dimiliki oleh pihak ketiga.

2.4 User Experience

Menurut ISO 9241 – 11 (1998), *user experience* adalah respon dan persepsi dari pengguna sebagai bentuk reaksi dari sebuah produk, jasa dan sistem. *User experience* merupakan bentuk *user* dapat merasakan kesenangan dan kepuasan dari menggunakan sebuah produk, memegang atau melihat produk tersebut. UX tidak dapat dirancang oleh desainer tapi desainer dapat menerjemahkan keinginan *user* menjadi UX yang baik. Menurut Frank Guo (2012) *user experience* memiliki empat elemen yaitu:

a. Kegunaan atau *usability*

User atau pengguna dapat melakukan tugas yang diinginkan dengan mudah melalui produk tersebut. Misalkan pengguna ingin menghubungi atau melakukan panggilan cukup menekan tombol *call* saja dan panggilan itu terjadi.

b. Bernilai atau *valueable*

Fitur pada produk merupakan representasi dari kebutuhan pengguna. Walaupun produk mudah untuk digunakan oleh pengguna atau *user* percuma saja jika produk tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna itu sendiri dan menjadikan produk tidak bernilai atau *valueable*.

c. Kemudahan untuk mengakses atau *adobtability*

Jika produk sudah memiliki nilai dan berharga namun pengguna susah untuk mendapatkan produk tersebut maka produk tersebut belum dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki UX yang baik. Produk seharusnya mudah didapat, mudah diunduh, mudah dibeli dan mudah

dijangkau oleh pengguna sehingga pengguna mudah untuk memulai menggunakan produk tersebut.

2.5 User Interface

User interface atau UI adalah bagaimana cara sebuah program berinteraksi dengan pengguna (Ardy Setyawan 2016). *User interface* biasa digunakan untuk menggantikan istilah *Human Computer Interaction* atau HCI. Semua yang ditampilkan di layar, membaca dalam sebuah dokumen dan memanipulasi dengan *mouse* atau *keyboard* merupakan bagian dari *user interface*.

Fungsi dari *user interface* atau UI adalah menghubungkan dan menerjemahkan informasi dari sistem ke pengguna atau sebaliknya. Dengan demikian UI dapat diartikan sebagai mekanisme *inter-relasi* dari perangkat lunak dan perangkat keras membuat pengalaman berkomputer. *User interface* dari sisi *software* memiliki dua bentuk yaitu GUI atau *Graphical User Interface* dan CLI atau *Command Line Interface* sedangkan dari sisi *hardware* memiliki beberapa bentuk sebagai berikut ADB atau *Apple Desktop Bus*, *Fire Wire* dan USB.

2.6 User Centered Design (UCD)

User centered design merupakan filosofi perancangan sistem yang menempatkan *user* atau pengguna sebagai pusat target. Menurut ISO 13407 pendekatan UCD menempatkan pengguna pada inti pengembangan dan sebagai acuan rancangan aplikasi yang akan dibuat. Pengalaman dari pengguna yang akan membentuk rancangan itu seperti apa. Semakin mendekati apa yang diinginkan oleh pengguna semakin baik juga aplikasi itu akan diterima oleh pasar.

2.6.1 Tahapan UCD

User centered design memiliki empat tahapan yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 dan penjelasan untuk setiap tahapan sebagai berikut:

a. *Specify the context of use*

Tahapan pertama dalam pengembangan ini adalah mengidentifikasi calon pengguna aplikasi atau produk yang akan dibuat. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dari calon pengguna dalam keadaan apa akan menggunakan aplikasi.

b. Specify user and organization requirements

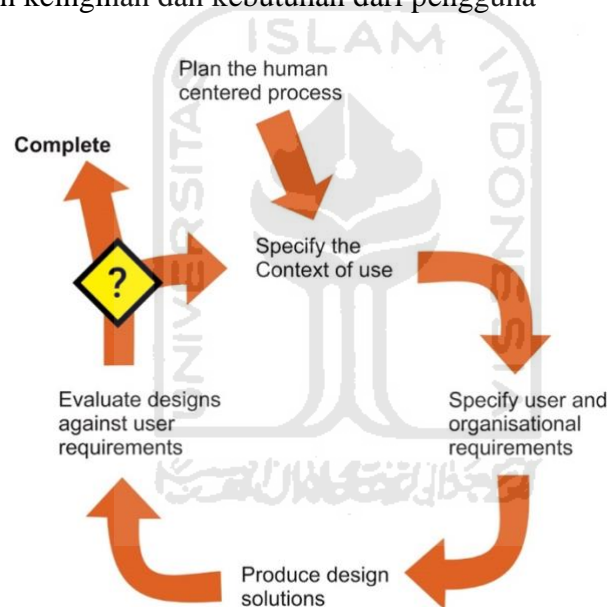
Tahap kedua dalam pengembangan ini adalah menentukan kebutuhan dari pengguna. Kebutuhan pengguna diperoleh pada saat mengidentifikasi masalah.

c. Produce design solution

Tahap ketiga dalam pengembangan ini adalah merancang produk sesuai dengan analisis masalah yang telah didapat dan kebutuhan dari pengguna.

d. Evaluate design against user requirement

Pada tahap terakhir dalam pengembangan ini adalah melakukan validasi atau pengujian rancangan produk yang telah dibuat. Pengujian dapat berulang jika rancangan produk belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna



Gambar 2.1 Tahapan UCD

Sumber: ISO 13407 (1999)

2.6.2 Prinsip UCD

User centered design juga memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan. Berikut beberapa prinsip *user centered design* menurut Meidian dalam (Widhiarso et al. 2007):

a. Fokus pada pengguna

Untuk memahami karakteristik user atau pengguna, perancangan dapat melibatkan *user* dengan cara survei, interview dan *user* dapat berpartisipasi dalam membuat perancangan.

b. Perancangan terintegrasi

Perancangan harus mencakup sistem bantuan, antarmuka pengguna, konfigurasi dan dukungan teknis serta prosedur instalasi.

c. Pengujian pengguna

Untuk mendapatkan rancangan optimal dalam perancangan yang berfokus pada pengguna hal yang harus dilakukan adalah observasi tentang perilaku pengguna itu sendiri, mengolah data setelah mendapat umpan-balik yang cepat, wawasan pemecahan masalah yang ada dan tidak ragu dalam mengubah rancangan.

d. Perancangan interaktif

Rancangan harus melalui beberapa validasi untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan pengguna harapan.

2.6.3 Aturan UCD

User centered design juga memiliki aturan, aturan UCD sebagai berikut (Amborowati 2008):

a. Perspektif

Pengguna selalu benar. Jika ada kesalahan dalam penggunaan sistem yang bermasalah adalah sistemnya bukan *user* atau pengguna.

b. Instalasi

Pengguna mempunyai hak untuk meng-*install* dan meng-*uninstall* sistem tanpa ada konsekuensi negatif.

c. Pemenuhan

Pengguna mendapatkan sistem yang sesuai yang dijanjikan.

d. Instruksi

Pengguna mempunyai hak untuk kemudahan instalasi sistem seperti instruksi yang mudah untuk dijalankan.

- e. Kontrol
Pegguna mempunyai hak mengontrol sistem.
- f. Umpan Balik
Pegguna mempunyai hak untuk mendapatkan umpan balik dari sistem yang mudah untuk dimengerti oleh pegguna.
- g. Keterkaitan
Pegguna mempunyai hak untuk mengetahui persyaratan yang didapat secara jelas.
- h. Batasan
Pegguna mempunyai hak untuk mengetahui batasan sistem.
- i. *Assistance*
Pegguna mempunyai hak untuk dapat berkomunikasi dengan penyedia teknologi.
- j. *Usability*
Pegguna mempunyai hak untuk digunakan secara intuitif dan alami.

2.6.4 Perbandingan UCD dengan Pendekatan Lain

Human centered dan *User Centered* sering digunakan untuk menggantikan satu sama lain dalam konteks yang berbeda dan dianggap sama. Membedakan makna yang dimaksud di balik istilah *human centered* dan *user centered* itu sangat kecil dan rancu karena *user* juga merupakan seorang manusia sehingga akan sulit untuk membedakannya. Namun pada dasarnya, walaupun memiliki akar yang sama, perspektif kedua istilah tersebut sedikit berbeda. Berikut penulis memberikan perbedaan dari kedua istilah tersebut pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Perbandingan HCD dan UCD

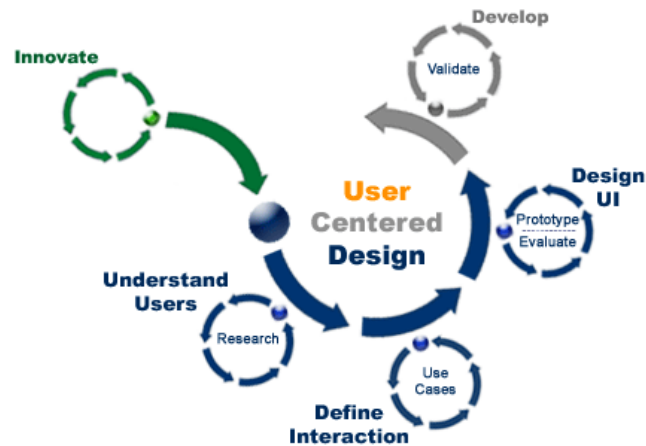
No.	HUMAN CENTERED DESIGN	UCD
1.	Pendekatan yang berpusat pada manusia dalam proses menciptakan sesuatu berdasarkan karakteristik alami umum dan sangat berfokus pada keadaan psikologi dan persepsi manusia.	Pendekatan yang berpusat pada penggunaan versi yang lebih focus dan ringkas.
2.	Proses pengembangan yang dirancang berpusat pada manusia berdasarkan psikologi, fisiologi, sosiologi dan ilmu lain	UCD tidak hanya berfokus pada karakteristik manusia dan persepsi secara umum tetapi sifat-sifat spesifik dari target

	yang menganalisis kehidupan manusia dan interaksi dengan lingkungan.	pengguna untuk membuat solusi dari permasalahan yang dihadapi.
3.	Produk yang berpusat pada manusia tidak hanya akan baik tetapi juga fungsional sesuai dengan ciri-ciri psikologis dan fitur khas untuk kelompok besar pengguna.	Hal-hal yang diteliti bukan hanya mengenai karakteristik pengguna sebagai manusia tetapi juga tentang pengguna yang memainkan peran mereka di dalam suatu pekerjaan.

Setelah melihat perbandingan dari kedua istilah di atas, dapat dikatakan bahwa *Human Centered Design* adalah tahap perancangan pertama dalam pendekatan secara *User Centered Design*, kemudian solusi yang dibuat lebih baik berpusat menggunakan pendekatan *User Centered Design* karena aspek yang diperhitungkan lebih kompleks dan membuatnya lebih terkonsentrasi pada realita dan kebutuhan dari kategori pengguna tertentu.



BAB III METODOLOGI



Gambar 3.1 *The SAP User-Centered Design Process*

3.1 *Understand users*

Sebagaimana terlihat dalam Gambar 3.1, skema UCD terbagi ke dalam beberapa tahapan. Tahapan pertama yaitu *understand users* dengan cara melakukan *research* sebagai upaya untuk memahami keinginan pengguna beserta permasalahan yang mereka hadapi ditelusuri melalui beberapa metode yakni wawancara, kuesioner, observasi. Wawancara dilakukan dengan 4 responden calon pengguna dan 1 responden pelaku usaha *event organizer*. Kuesioner disebar dan diisi oleh 52 responden dengan mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan 4 responden calon pengguna dan 1 responden pelaku usaha *event organizer*. Data yang didapatkan adalah berupa *behavior* ketika berselancar di internet, kebutuhan dalam pengembangan aplikasi seperti fitur-fitur, dan apa yang dibutuhkan oleh pelaku usaha *event organizer* untuk mempermudah proses bisnis mereka.

2. Kuesioner

Kuesioner disebar secara *online* melalui *google form* dan diisi oleh 52 responden dengan mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa.

3. Observasi

Pada metode ini penulis melakukan observasi dengan cara *competitive research* kepada aplikasi yang serupa dengan Evoria dalam bidang vendor *wedding* seperti Bridestory, Weddingku. Penulis melakukan riset dalam proses *user flow* untuk

mempermudah pengembangan desain yang akan dikembangkan dan juga mencari kelebihan dan kekurangan dengan cara melakukan *competitive research*.

3.2 Define interaction

Pada tahapan ini, penulis melakukan diskusi kolektif (*brainstorming*) dengan tim **Axel Indonesia** guna untuk memecahkan masalah dengan cara mengombinasikan semua hasil *research* dan menentukan permasalahan yang dialami pengguna. Penulis dan tim juga melakukan proses *ideate* dari permasalahan yang dialami pengguna untuk menghasilkan *user persona* dan *pain point*.

User persona merupakan model figuratif, sehingga bersifat hanya menyerupai pengguna secara nyata (Kurnia 2019). Personas digunakan untuk menggambarkan pengguna seperti apa yang akan menggunakan aplikasi nanti. Personas juga digunakan untuk mengetahui sifat dari calon pengguna sehingga perancangan aplikasi menjadi lebih fokus pada kebutuhan dan saran dari calon pengguna. Isi dari personas bersifat individu yang didapatkan dari wawancara, kegiatan sehari-hari, sifat dan karakter (Ummi Indah Lestari 2018).

3.3 Design UI

Setelah mendapatkan ide kreatif pada tahapan sebelumnya, tahapan ini penulis melakukan proses desain UI dengan beberapa tahapan yaitu:

1. *User Flow*

Penulis merancang *user flow* untuk mengetahui langkah-langkah pengguna ketika menggunakan produk guna memudahkan proses desain selanjutnya.

2. *Wireframe*

Dari hasil yang didapatkan sebelumnya yaitu *user flow*, lalu dikembangkan menjadi *WireFrame*. *WireFrame* adalah kerangka dasar dari halaman yang akan dibuat dan digunakan untuk menyusun konten *layout*, navigasi dan organisir konten. Penulis menggambarkan pola dasar pada kertas menggunakan pena dan dilanjutkan ke digital dengan menggunakan *Adobe XD*.

3. *Mockup*

Tahapan selanjutnya adalah proses *mockup* yaitu membuat hasil akhir desain yang sudah berisi informasi seperti gambar, warna dan *typography* dan bentuk elemen dengan tingkat presisi tinggi. Hasil akhir dari desain ini seolah-olah terlihat nyata.

4. *Prototyping*

Setelah proses *mockup* selesai tahapan selanjutnya adalah *prototyping*. *Prototype* dilakukan untuk melakukan simulasi bagaimana pengguna berinteraksi dengan *user interface* secara nyata.

3.4 *Validate*

Tahapan keempat adalah *validate*. Penulis menguji hasil desain yang dianggap sesuai dengan keinginan pengguna berupa melakukan *cognitive walkthrough* kepada 5 responden yang telah bergabung sejak awal dalam pengembangan ini. Pengujian *cognitive walkthrough* adalah metode pengujian yang digunakan untuk mengevaluasi *usability* pada UI atau *user interface*. *Cognitive walkthrough* berpatokan pada *explorative learning* yang artinya pengguna menyelesaikan masalah atau tugas dengan cara “*trial and error*” (Sholikhin et al. 2018). Pada pengujian *cognitive walkthrough* memiliki dua tahapan (Bligård and Osvalder 2013). Tahap yang pertama adalah persiapan dan tahap kedua adalah tahap eksekusi. Pada tahap pertama yang harus dilakukan adalah *study literature*, menentukan siapa responden dan membuat skenario yang akan diuji kepada responden. Tahap kedua adalah eksekusi dengan cara menjalankan urutan aksi *walkthrough* dan perekaman masalah. Sebelum melakukan pengujian, para responden diberikan pengarahan berupa pengetahuan tentang aplikasi yang akan mereka uji setelah itu proses pengujian dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Menentukan Calon Pengguna

Sebuah bisnis yang sukses pasti bisa menentukan target yang tepat, seperti ibarat seorang atlet panah. Untuk mencapai target yang tepat seorang pemanah pasti tahu seberapa besar tenaga yang harus dikeluarkan. Tidak perlu menarik anak panah terlalu dalam bila target dekat sehingga tenaga tidak terbuang sia-sia, akan tetapi jika tergetnya jauh pastinya membutuhkan tenaga lebih untuk bisa mencapai targetnya. Maka dari itu diperlukan segmentasi pasar sesuai “target”.

Tim Axel Indonesia yang terdiri dari tiga orang yaitu Mutia Mernisiola Zipa sebagai *Husler* yang bertanggung jawab terhadap konsep ide bisnis, strategi pemasaran dan melakukan analisis pasar yang berguna untuk memastikan produk dapat diterima oleh pasar. Anggota tim yang kedua adalah Muhammad Rasyid Shadiq sebagai *Hipster* yang bertanggung jawab terhadap UI UX pada tampilan, *user flow*, kenyamanan penggunaan aplikasi Evoria sehingga aplikasi sesuai yang diinginkan oleh pengguna dan mudah untuk digunakan. Anggota ketiga adalah Aditya Mahavira sebagai *Hacker* yang bertanggung jawab dalam pengembangan teknologi mulai dari analisis hingga implementasi dan pengembangan sistem.

Analisis yang kami lakukan adalah memerhatikan pasar yang berkembang dan kami tertarik untuk memasuki ke bidang *event organizer* dengan transaksi secara *online*. Setelah menentukan pasar pada bidang *event organizer* kami pun mencari sukarelawan seperti orang yang pada usianya siap untuk menikah dan juga sudah menikah, mengadakan acara, dan juga pelaku usaha pada bidang *event organizer*. Demografi yang kami butuhkan seperti tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1 Kriteria Partisipan

<i>Demographics</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Usia: 19-27 tahun • Laki-laki dan Perempuan
<i>Geographics</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tinggal di daerah perkotaan
<i>Pyscographics</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna internet aktif
<i>Behavior</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah mengadakan acara menggunakan <i>event organizer</i> • Pelaku usaha <i>event organizer</i>

4.2 Wawancara (*User Interview*)

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang menggunakan panduan dan pertanyaan dapat berkembang sesuai topik yang dibahas. Berikut list pertanyaan wawancara:

- a. Apakah pernah mengadakan acara menggunakan jasa *event organizer/planner*?
- b. Apakah kamu mengetahui aplikasi pada bidang *event organizer*?
- c. Di mana mendapatkan informasi mengenai jasa tersebut?
- d. Pernahkah merasakan kesulitan dalam mencari informasi seputar *event organizer* seperti *wedding organizer* dan sejenisnya?
- e. Keuntungan apa saja yang bisa anda dapatkan dari menggunakan *platform* tersebut?
- f. Kekurangan dari *platform* yang pernah kamu gunakan?
- g. Hal apa yang menjadi masalah kamu ketika hendak mencari jasa layanan?
- h. Fitur apa yang kamu inginkan untuk sebuah aplikasi *event organizer*?
- i. Media apa yang kamu gunakan dalam memasarkan *event organizer* atau vendor anda?
- j. Hal apa yang sulit dalam memasarkan instansi kamu?
- k. Masalah apa yang sering terjadi dalam membangun instansi di bidang *event organizer* atau vendor?

Hasil dari wawancara dengan 5 partisipan dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Wawancara


Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3	Partisipan 4	Partisipan 5 (Pelaku usaha)
Apakah pernah mengadakan acara menggunakan jasa event organizer/planner ?	Pernah	Pernah	Tidak pernah	Tidak	Pernah
Apakah anda mengetahui aplikasi pada	Iya, Bridestory	Iya, Weddingku	Belum	Belum	Iya, Bridedep

bidang event organizer?					
Di mana mendapatkan informasi mengenai jasa tersebut?	Sosial media	Rekomendasi	Tidak ada	Tidak ada	Sosial media
Pernahkah merasakan kesulitan dalam mencari informasi seputar event organizer seperti wedding organizer dan sejenisnya?	Mencari harga yang terjangkau dan kualitas bagus	Tidak, karena vendor sudah memanfaatkan media sosial untuk promosi	Sulit karena tidak terkumpul dalam satu platform	Sulit mencari vendor yang jujur dan terpercaya	Terbantu dengan sosial media
Keuntungan apa saja yang bisa anda dapatkan dari menggunakan platform tersebut?	Memudahkan request atau pemesanan pengadaan untuk acara	Range harga bisa menentukan sendiri	Belum pernah	Belum pernah	Memudahkan untuk memasarkan.
Kekurangan dari platform yang pernah anda gunakan?	Mahal dan kadang tidak sesuai	Review dari tiap vendor sepertinya selalu ditampilkan positif atau bagus saja	Tidak ada	Tidak ada	Rumit
Hal apa yang menjadi masalah anda ketika	Tidak disebutkan range harga yang jelas.	Review orang sering tidak jujur tentang	Rasa percaya dan hasilnya, harga	Waktu dan respon	-

hendak mencari jasa layanan?		vendor tersebut			
Fitur apa yang kamu inginkan untuk sebuah aplikasi event organizer?	Pemesanan, request, pembayaran.	Pencarian, chat dan transaksi	Rekomendasi vendor sesuai budget dan berkualitas	Pencarian sesuai lokasi, kategori vendor, kalender ketersediaan vendor	Testimoni pelanggan, promosi.
Media apa yang anda gunakan dalam memasarkan event organizer atau vendor anda?	-	-	-	-	Sosial media, rekomendasi jaringan
Hal apa yang sulit dalam memasarkan instansi anda?	-	-	-	-	Mencari massa, membangun kepercayaan
Masalah apa yang sering terjadi dalam membangun instansi di bidang event organizer atau vendor?	-	-	-	-	Miss communication, MOU.

4.3 User Persona

User persona merupakan gambaran dari calon pengguna aplikasi nantinya. Personas berikan profil dari calon pengguna yang dijadikan dasar dari rancangan tampilan atau purwarupa sehingga tampilan sesuai dengan kebutuhan dan mudah untuk digunakan. Dari wawancara dengan partisipan yang sudah dilakukan maka penulis mendapatkan *user persona* sebagai berikut:



User persona 1

TASYA

Mahasiswa/ Wirausaha

BIO

Tasya adalah mahasiswa Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia. Dia juga aktif mengikuti kegiatan di kampus seperti asisten Lab dan PKM. Selain berkuliah, Tasya juga aktif mengembangkan bisnis dia sendiri yaitu berjualan Hampers. Tasya mempunyai pengalaman dalam menggunakan jasa EO ketika mengadakan acara ulang tahun adiknya.

CORE NEEDS

Kasih portofolio yang lengkap, keamanan data, desain yang menarik dan simple

PAIN POINTS

Review nggak ada, & portofolio nggak lengkap

TEKNOLOGI

Belanja online : ●●●●●

Sosial media : ●●●●●

Games : ●●●●●


EO YANG PERNAH DIGUNAKAN

Mecapan, bridestory, houzcall, club alacarte

TENTANG

Umur	: 22 Tahun
Status	: Lajang
Tempat tinggal	: Yogyakarta
Pendapatan	: IDR 2,000K-4,000K

Gambar 4.1 User Persona 1



User persona 2

KHARIS

Wirausaha

BIO

Kharis adalah lulusan teknik informatika di kampus Univesitas Amikom Yogyakarta dan sekarang aktif pada usaha sendiri yaitu berjualan kue dan roti. Karena dekat-dekat ini Kharis akan mengadakan acara pernikahannya, jadi dia sering melakukan research dalam memilih-milih vendor dan lain lain.

CORE NEEDS

Membutuhkan EO yang murah, terpercaya dan berkualitas. Memerlukan informasi detail tentang vendor dan EO yang ingin dipesan.

PAIN POINTS

Tidak disebutkan range harga yang jelas di platfrom media sosial, jadi harus capek nyimpen nomer vendor terus nanya harga.

TEKNOLOGI

Belanja online : ●●●●●

Sosial media : ●●●●●

Games : ●●●●●

EO YANG PERNAH DIGUNAKAN


Wedding Organizer, MUA, Photographer

TENTANG

Umur	: 23 Tahun
Status	: Lajang
Tempat tinggal	: Cilacap
Pendapatan	: IDR 1,500K-2,000K

Gambar 4.2 User Persona 2

User persona 4



HABIB

Mahasiswa

BIO

Habib adalah seorang mahasiswa Informatika di Universitas Islam Indonesia pada tahap akhir. Habib juga memiliki ketertarikan pada bidang UI/UX dan sedang mendalaminya. Dia juga aktif dalam kegiatan himpunan serta pecinta alam MAPALA UII.

TENTANG

Umur : 22 Tahun
 Status : Lajang
 Tempat tinggal : Yogyakarta
 Pendapatan : IDR 1,500K-2,000K

CORE NEEDS

Kecocokan dengan kebutuhan dan keinginan, tingkat profesionalitas, serta kualitas dari vendor

TEKNOLOGI

Belanja online : ●●
 Sosial media : ●●●●●
 Games : ●●●●●

PAIN POINTS


Masalah jujur dan terpercaya. Sekarang banyak vendor yang bodong.

EO YANG PERNAH DIGUNAKAN

Sewa sound system untuk event kampus

Gambar 4.3 *User Persona 3*

User persona 5



Ghoris

Content Creator

BIO

Ghoris adalah mahasiswa program studi animasi dari kampus MMTC YOGYAKARTA. Selain berkuliah, dia juga sedang bekerja di radio UTFFMEDARI sebagai penyiar dan aktif menjadi MC pada acara-acara kampus maupun di luar kampus. Ghoris juga membuat konten di instagram dan tiktok. Ghoris juga pernah menggunakan jasa EO dalam bidang mengabadikan foto.

TENTANG

Umur : 22 Tahun
 Status : Lajang
 Tempat tinggal : Yogyakarta
 Pendapatan : IDR 1,300K-1,700K

CORE NEEDS

budget, review dari pengguna lain, kualitas eo itu sendiri

TEKNOLOGI

Belanja online : ●●
 Sosial media : ●●●●●
 Games : ●●●●●

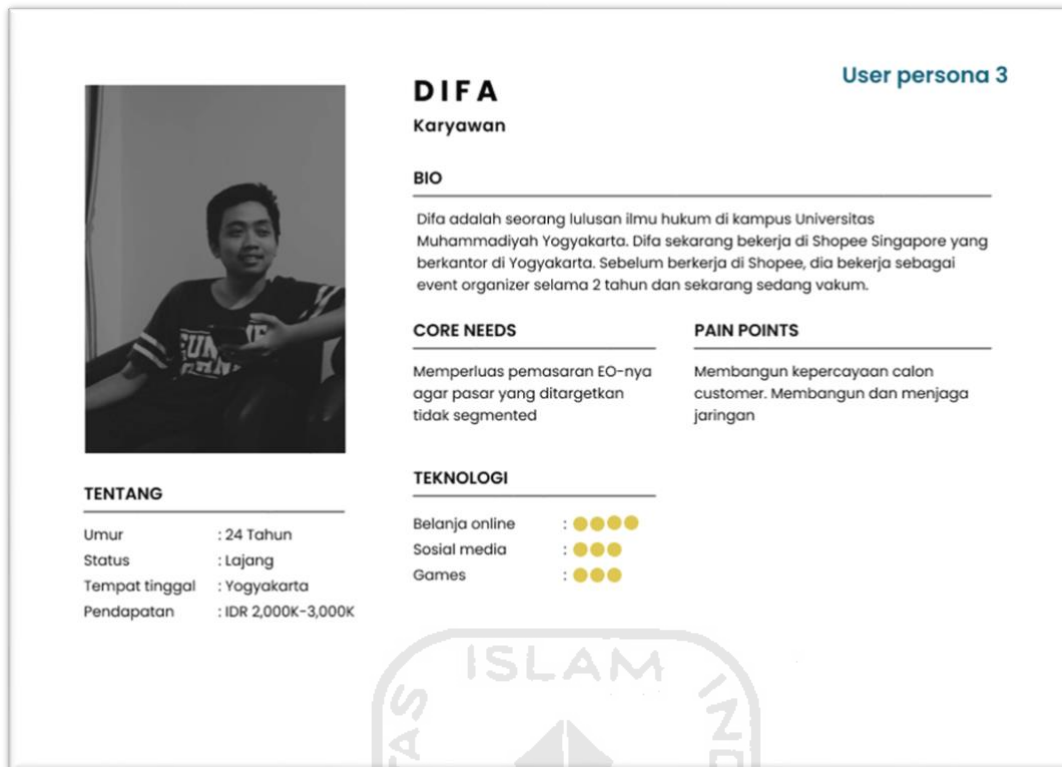
PAIN POINTS

sulit karena tidak terkumpul di satu platform tertentu. ga kaya nyari hotel

EO YANG PERNAH DIGUNAKAN

Photographer

Gambar 4.4 *User Persona 4*



Gambar 4.5 User Persona 5

4.4 Pain Point

Setiap produk atau layanan sudah didesain untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan penggunanya. Namun, banyak sekali produk atau layanan yang bahkan tidak banyak diketahui orang. Padahal, pada dasarnya suatu produk tentu diciptakan untuk mengatasi *pain point* pelanggan. *Pain point* adalah masalah yang dialami pelanggan yang digunakan sebagai peluang untuk membangun *brand* sebuah bisnis.

Untuk meningkatkan *customer experience* dalam aplikasi perlu mengetahui apa yang ditakutkan atau masalah yang dihadapi oleh *user* dan memberikan mereka solusi. Berikut beberapa *pain point* yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan menyebarkan kuisisioner:

- Tidak tercantum rentang harga yang jelas pada setiap vendor.
- Portofolio tidak lengkap dan *review* yang tidak jujur ataupun terkadang tidak ada sehingga kesulitan mengetahui kualitas vendor tersebut.
- Informasi detail mengenai fasilitas yang disediakan dan *breakdown* harga jasa layanan yang detail.
- Susah menghubungi vendor-vendor yang diinginkan karena harus menyimpan kontak tiap-tiap vendor di gawai.

Setelah menemukan *pain point* dari wawancara dan menyebarkan kuesioner langkah selanjutnya adalah mengelompokkan masalah dan mencantumkan kebutuhan pengguna dan memberikan solusi yang ditawarkan. Semua aspek tersebut tercantum pada Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3 Solusi *Pain Point*

Masalah	Kebutuhan	Solusi
Tidak tercantum rentang harga yang jelas pada setiap vendor.	Mebutuhkan aplikasi pencarian <i>event organizer</i> yang mencantumkan harga yang jelas.	Fitur paketan harga yang disediakan oleh <i>event organizer</i> dengan harga tercantum.
Portofolio tidak lengkap dan <i>review</i> yang tidak jujur ataupun terkadang tidak ada sehingga kesulitan mengetahui kualitas vendor tersebut.	Mebutuhkan aplikasi <i>event organizer</i> yang dapat menampilkan portofolio dan <i>review</i> sehingga pengguna mengetahui kualitas.	Fitur <i>profile</i> agar <i>event organizer</i> bisa menampilkan portofolio mereka dan pengguna dapat memberi <i>review</i> setelah acara mereka telah selesai dieksekusi oleh pihak <i>event organizer</i> .
Informasi detail mengenai fasilitas yang disediakan dan <i>breakdown</i> harga jasa layanan yang detail	Mebutuhkan aplikasi <i>event organizer</i> agar dapat memberikan informasi detail yang ditawarkan <i>event organizer</i> sehingga memudahkan pengguna mengetahui langsung tanpa harus bertanya.	Fitur yang menampilkan informasi detail yang disediakan oleh <i>event organizer</i> .

Susah menghubungi vendor-vendor yang diinginkan karena harus menyimpan kontak tiap-tiap vendor di gawai.	Membutuhkan aplikasi <i>event organizer</i> yang dapat dengan memudahkan dalam berkomunikasi langsung antara pengguna dan <i>event organizer</i> .	Fitur <i>chat</i> yang memudahkan pengguna untuk menghubungi <i>event organizer</i> yang diinginkan guna untuk bertanya langsung.
--	--	---

4.5 Competitive Research

Competitive research adalah proses riset yang dilakukan dengan cara observasi yang menghasilkan menemukan kelebihan dan kekurangan dari bisnis-bisnis yang sudah ada seperti Bridestory dan Weddingku. Berikut hasil observasi terhadap Bridestory dan Weddingku:

Tabel 4.4 Hasil *competitive research*

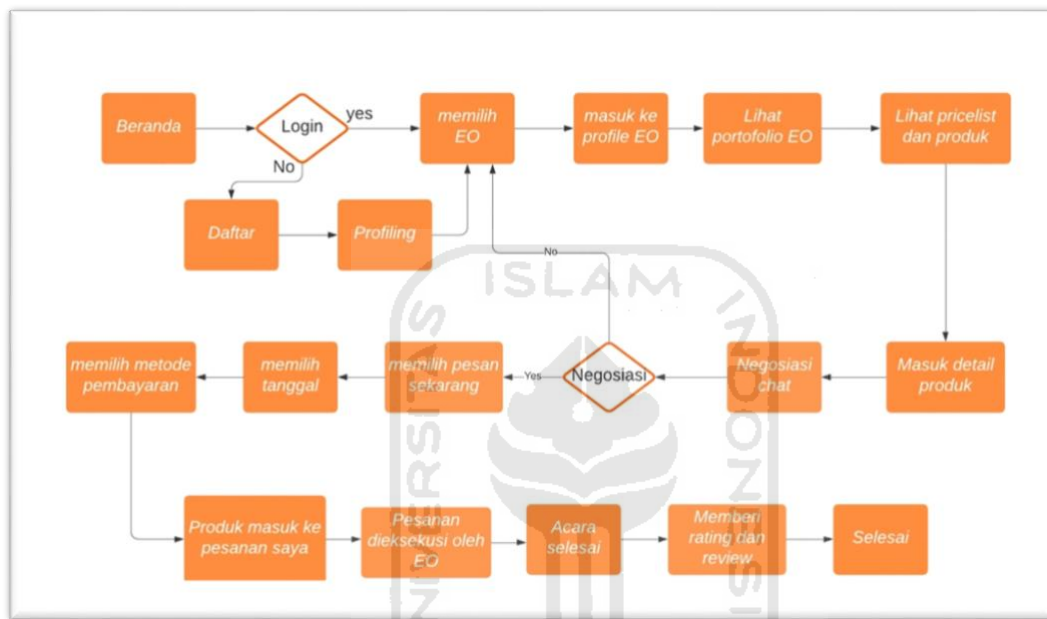
X	Bridestory	Weddingku
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> • Calon pengantin dapat membuat daftar penyelenggara pernikahan. • Mudah mendapatkan akses informasi pernikahan melalui media internet dan tidak dibatasi oleh apapun. • Pengguna dapat menyortir vendor berdasarkan beberapa kategori seperti nuansa warna hingga anggaran pernikahan. • Pengguna dapat mengakses portofolio vendor sebelum menghubungi vendor. • Bridestory meluncurkan aplikasi bernama Hilda sebagai <i>wedding services assistance</i> yang akan membantu pengguna menemukan vendor terbaik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paket pernikahan dapat disortir berdasarkan <i>budget</i> dan jumlah tamu. • Vendor dan produk yang tersedia ditambikan dengan gambar-gambar yang menarik. • Menawarkan kategori khusus pernikahan tradisional dan paket bulan madu. • Menggunakan <i>clean design</i> sehingga konten yang mereka sajikan ter-<i>highlight</i> dengan baik. • Penataan <i>layout</i> pada profil vendor sangat rapi sehingga pengguna mudah membaca informasi yang ditampilkan.

Kekurangan	<ul style="list-style-type: none">• Adanya manipulasi pada pelaksanaan acara.• Adanya pihak yang tidak bertanggung jawab dalam memanfaatkan kesempatan untuk melakukan penipuan secara online.• Penyedia layanan jasa EO tidak terjun langsung melainkan pihak ketiga.• Penataan <i>layout</i> pada halaman profil vendor terlihat ramai dengan informasi sehingga pengguna akan kebingungan.	<ul style="list-style-type: none">• Informasi yang disediakan mengenai vendor dan produk sangat minim.• Beberapa foto produk tidak memiliki informasi sama sekali.
------------	--	---

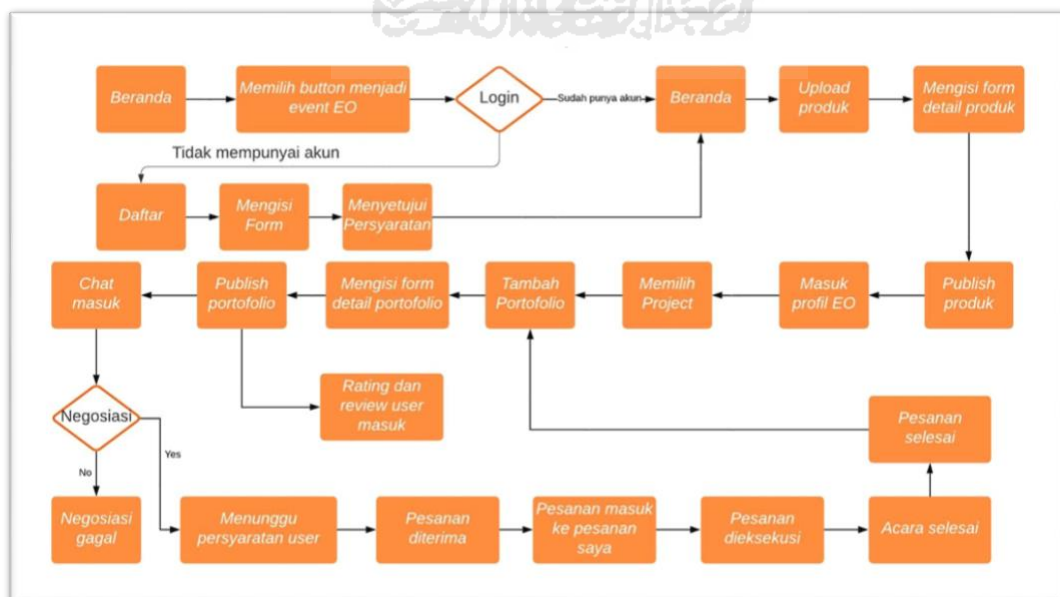


4.6 User Flow

User flow adalah langkah-langkah *user* dalam menggunakan sebuah produk untuk menyelesaikan suatu masalah. Pada penelitian ini terdapat beberapa *user flow* yang sudah penulis rancang yaitu pertama *user flow* dari sisi pengguna mencari dan memesan produk yang terdapat pada Gambar 4.6. *User flow* kedua yaitu dari sisi bagaimana *event organizer* memasarkan produk mereka dan menerima pesanan yang terdapat pada Gambar 4.7.



Gambar 4.6 *User Flow* Pengguna



Gambar 4.7 *User Flow* Event Organizer

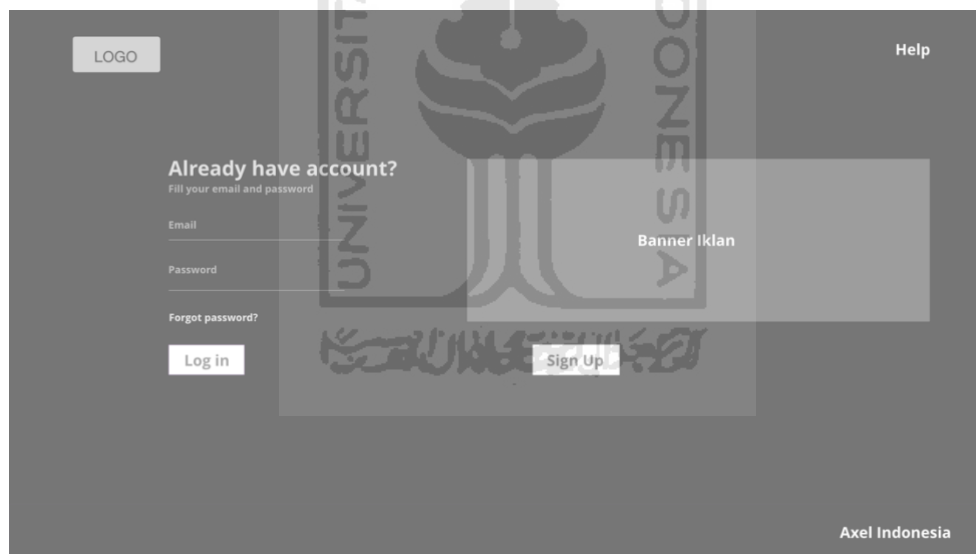
4.7 WireFrame

Wireframe adalah proses merangkai letak dan memilih jenis dan ukuran *font* yang akan digunakan pada proses desain yang bertujuan untuk memberikan pandangan awal pada produk yang dibangun.

Berikut adalah hasil dari *wireframe* pada perancangan ini:

a. *Wireframe* halaman *login* pengguna

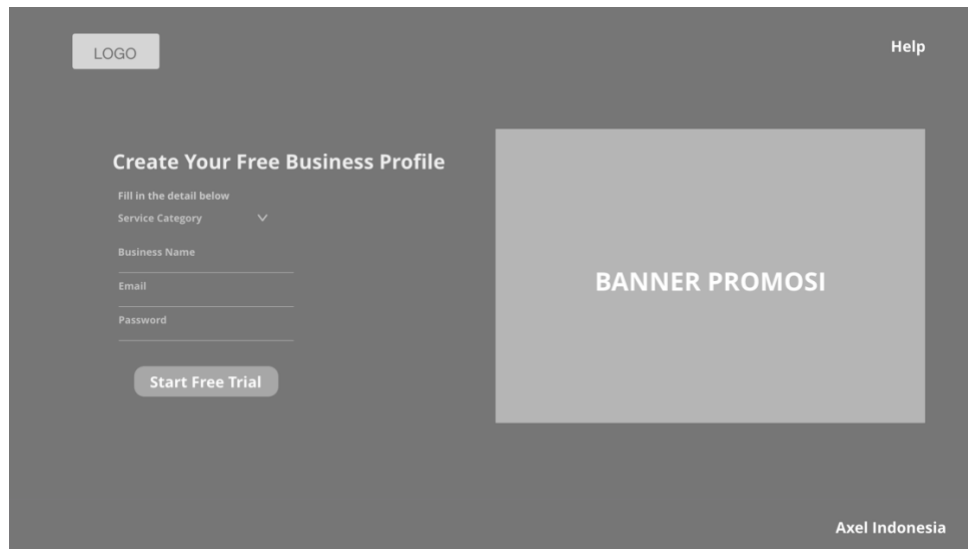
Fungsi halaman *login event organizer* adalah sebagai pintu masuk pengguna ke halaman utama aplikasi. Apabila pengguna sudah memiliki akun maka pengguna dapat melakukan *login* secara langsung dengan memasukkan memasukkan *email* dan *password*. Jika belum memiliki akun maka pengguna memilih tombol *sign up* untuk membuat akun baru. Pengguna diwajibkan mengisi formulir tentang detail informasi guna kebutuhan profil dan menyetujui syarat dan ketentuan. *Wireframe* halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 *Wireframe* Halaman *Login* Pengguna

b. *Wireframe* halaman registrasi *event organizer*

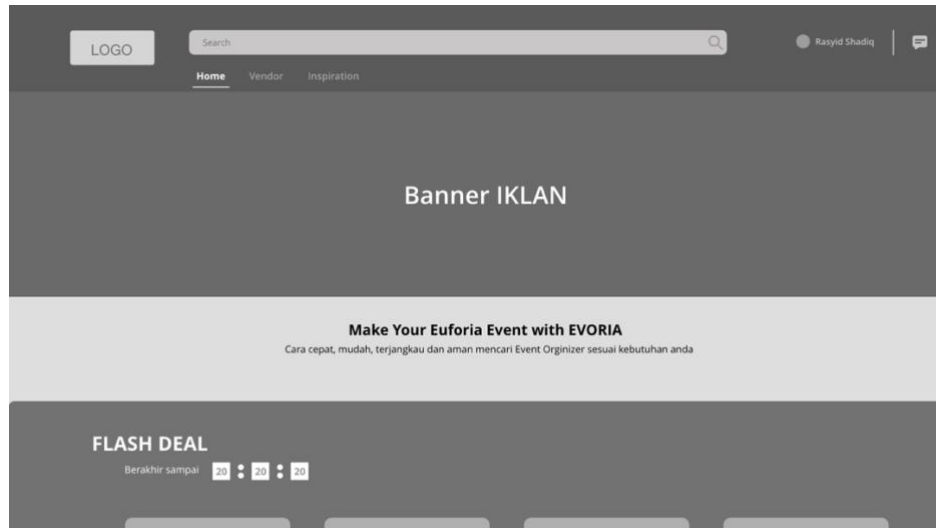
Fungsi halaman registrasi *event organizer* adalah untuk mendaftarkan bisnis mereka ke aplikasi Evoria agar dapat memasarkan produk mereka. Terdapat tiga input pada tampilan ini pertama adalah memasukkan nama bisnis, kedua adalah memasukkan *email*, ketiga adalah input kata sandi. Setelah itu terdapat tombol *start free trial* untuk melakukan pendaftaran. *Wireframe* halaman ini terdapat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 Wireframe Halaman Registrasi *Event Organizer*

c. Wireframe halaman beranda

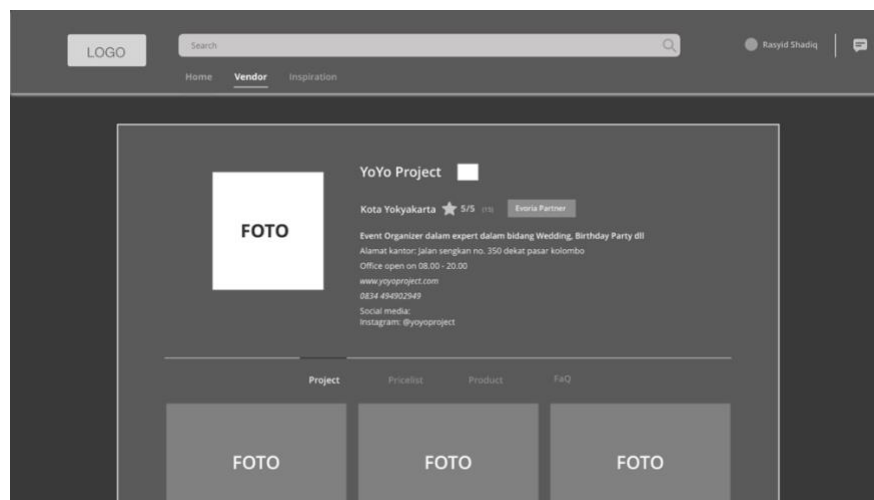
Wireframe halaman beranda tampilan pertama dari aplikasi evoria. Terdapat enam fitur utama pada halaman beranda ini. Fitur pertama yaitu halaman *home* itu sendiri yang akan menampilkan beberapa item yaitu iklan, *flash deal*, *profiling* untuk mengetahui ketertarikan pengguna yang akan ditampilkan di halaman *home*, setelah itu item-item yang akan tampil sesuai dari hasil *profiling* sebelumnya. Fitur kedua yaitu vendor, yaitu halaman yang akan menampilkan kumpulan beberapa *event organizer* yang akan ditampilkan *random* atau sesuai yang dicari pengguna. Fitur ketiga adalah inspirasi yang akan membantu pengguna untuk mendapatkan inspirasi untuk acara yang ingin mereka inginkan. Fitur keempat adalah tombol *search* yang akan memudahkan pengguna untuk mencari *event organizer* yang mereka butuhkan. Fitur kelima yaitu profil yaitu fitur yang membantu pengguna mengubah profil mereka, melihat proses pesanan mereka, dan melakukan *logout*. Fitur keenam adalah fitur *chat* yang akan membantu pengguna dalam proses menanyakan kebingungan mereka atau melakukan negosiasi dengan *event organizer* yang mereka tuju. Wireframe halaman ini terdapat pada Gambar 4.10.



Gambar 4.10 Wireframe Halaman Beranda

d. Wireframe halaman *profile event organizer*

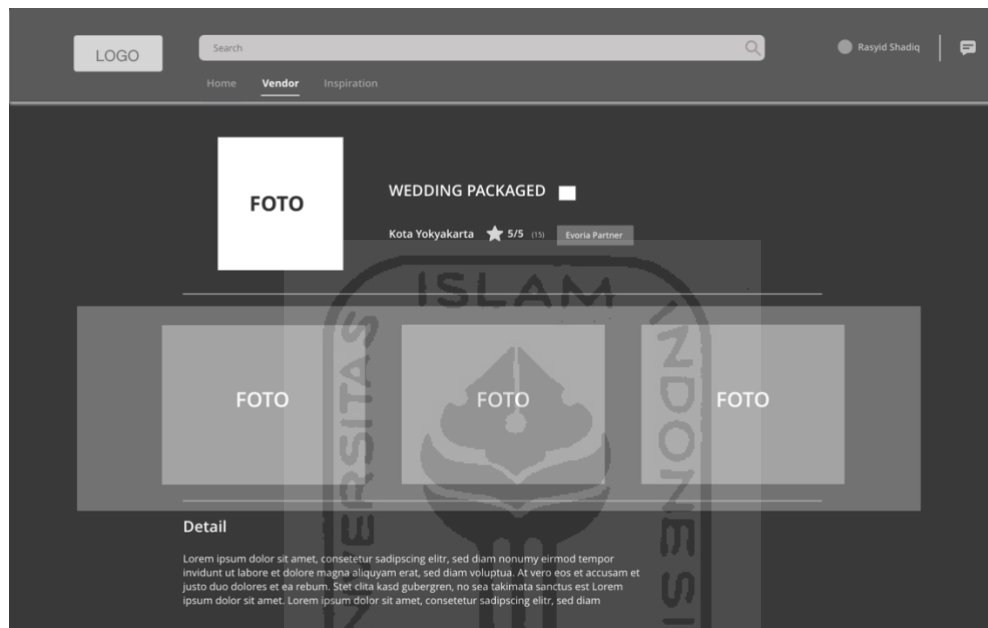
Wireframe halaman ini berfungsi untuk menampilkan sebuah profil *event organizer* yang berisi beberapa fitur yaitu informasi detail, *project*, *pricelist*, *product* dan *FaQ*. Fitur portofolio akan berisi beberapa portofolio *project* yang pernah dikerjakan oleh *event organizer* tersebut. Fitur *pricelist* berisi informasi tentang harga dan keuntungan yang disediakan oleh *event organizer* tersebut. Fitur *product* adalah kumpulan produk yang ditawarkan oleh *event organizer* tersebut yang sudah dikemas secara lengkap dan siap pesan. Fitur FAQ akan berisi kumpulan pertanyaan yang sering ditanyakan tentang *event organizer* tersebut. Hasil wireframe dapat dilihat pada Gambar 4.11.



Gambar 4.11 Wireframe Halaman *Profile Event Organizer*

e. *Wireframe* halaman detail produk

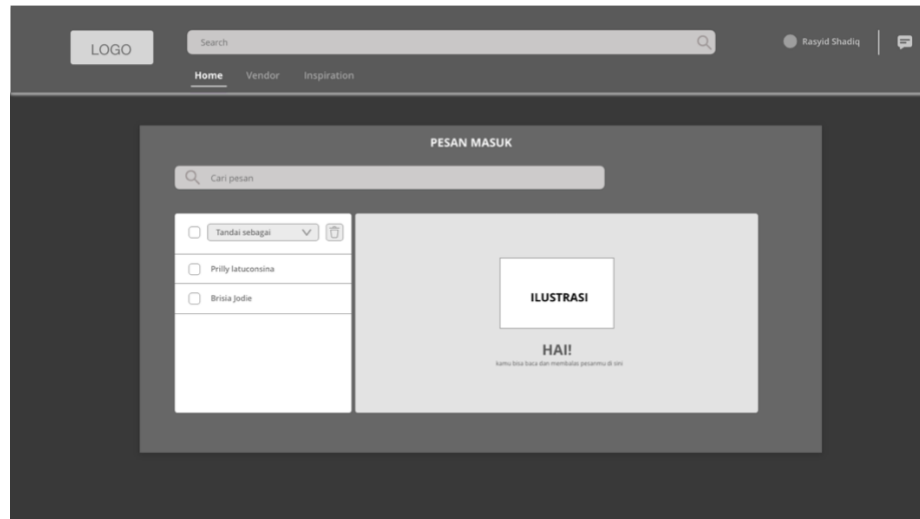
Wireframe halaman ini berfungsi untuk menampilkan detail produk yang ditawarkan oleh *event organizer* di halaman profil. Halaman ini berisi informasi tentang nama produk, detail produk, lokasi tersedia, pembayaran, syarat dan ketentuan. Ada tiga tombol yang tersedia di halaman ini yaitu fitur untuk menambahkan *voucher* promo, fitur *chat* yang akan mengarahkan ke halaman *chat*, dan fitur *order now* untuk memesan produk. *Wireframe* halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.12.



Gambar 4.12 *Wireframe* Halaman Detail Produk

f. *Wireframe* halaman *chat*

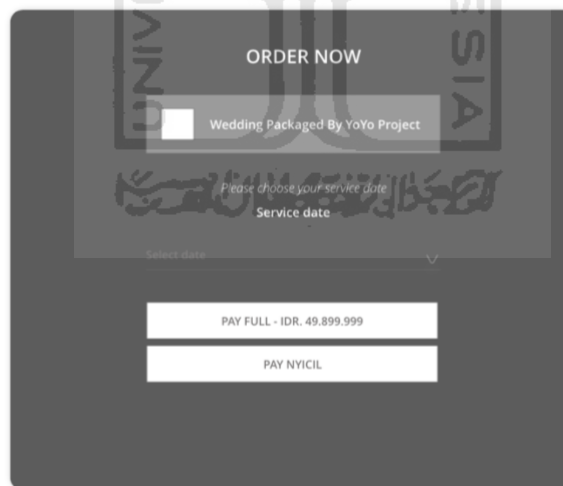
Fungsi dari *wireframe* halaman ini adalah untuk menampilkan pesan-pesan yang pengguna kirim ataupun terima. Halaman ini sebagai tempat untuk pengguna memberikan pertanyaan ke *event organizer* yang mereka inginkan tentang kebingungan mereka ataupun melakukan negoisasi. Terdapat beberapa fitur pada halaman ini yaitu pertama fitur *search* guna untuk mencari pesan. Kedua terdapat *list* dengan siapa pengguna mengirim pesan. Dan ketiga adalah isi pesan yang diterima pengguna dan tempat untuk membalas pesan. *Wireframe* halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Gambar 4.13 *Wireframe* Halaman *Chat*

g. *Wireframe* halaman *order*

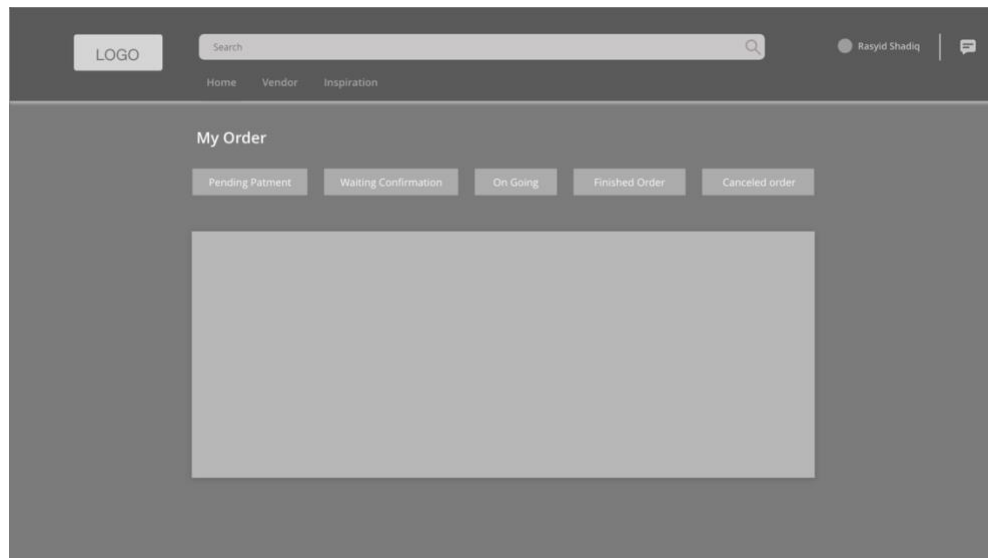
Wireframe halaman ini berfungsi untuk melakukan proses pemesanan untuk produk yang pengguna inginkan. Ada beberapa fitur pada halaman ini yaitu memilih tanggal acara, metode pembayaran. *Wireframe* pada halaman ini terdapat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.14 *Wireframe* Halaman *Order*

h. *Wireframe* halaman *pesanan* saya

Wireframe halaman ini berfungsi sebagai *tracking* proses produk yang pengguna *order*. Semua proses tercatat pada halaman ini untuk menghindari penipuan yang akan terjadi antara dua pihak. *Wireframe* halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 *Wireframe* Halaman Pesanan Saya

i. *Wireframe* halaman inspirasi

Fungsi dari *wireframe* ini adalah untuk memberikan informasi berupa inspirasi konsep acara yang akan membantu pengguna dalam memberi inspirasi ide acara. Ada beberapa fitur pada halaman ini yaitu pertama tombol kategori untuk memilih kategori acara seperti apa yang pengguna cari. Kedua *colour* yaitu konsep warna pada acara yang pengguna ingin cari. Ketiga *find collection* yaitu tombol untuk mencari koleksi inspirasi dari aspek-aspek sebelumnya. Setelah itu akan muncul portofolio dari *event organizer* yang terdaftar pada evoria. *Wireframe* halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.16.



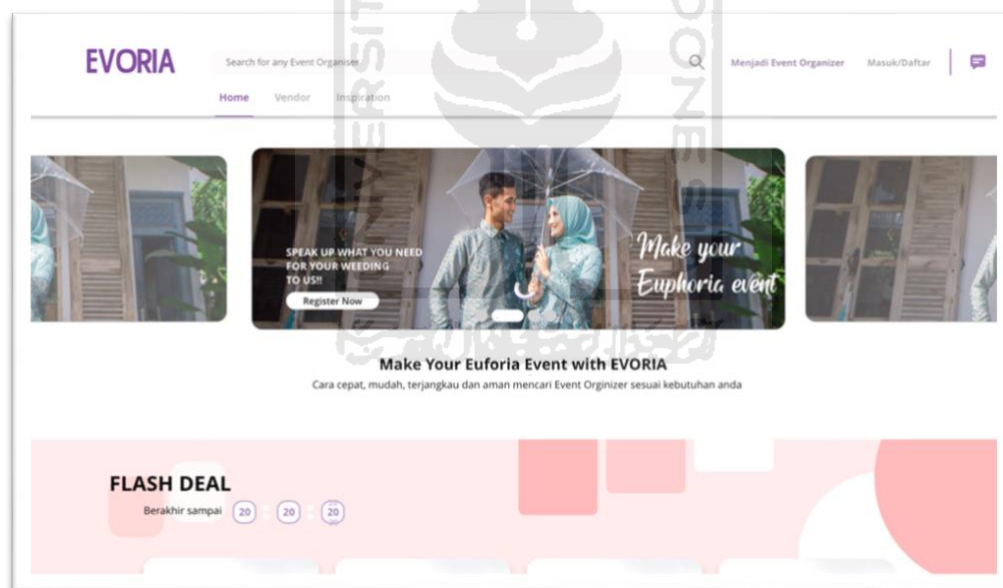
Gambar 4.16 *Wireframe* Halaman *Inspiration*

4.8 Desain Antarmuka (*User Interface*)

Berdasarkan hasil rancangan *wireframe* dan *user flow* sebelumnya maka berikut hasil rancangan desain antarmuka dan *prototype* aplikasi website Evoria menggunakan *tools* adobe XD dengan ukuran layer 1920px X 1080px. Warna dasar yang digunakan adalah warna ungu, merah muda dan putih karena akan membuat kesan kemeriahan dalam sebuah acara. Penulis juga menerapkan *clean design* dan *neomorphism* pada *background* dan *cards*. Hal itu bertujuan untuk membuat mata pengguna menjadi nyaman ketika menggunakan aplikasi. Hasil desain antarmuka aplikasi Evoria adalah sebagai berikut:

a. Tampilan antarmuka *Home*

Tampilan *home* adalah antarmuka yang akan menyambut pengguna Evoria dengan menampilkan *banner* tentang informasi terbaru, kumpulan *event organizer* dan produk-produk yang mereka tawarkan sesuai *profiling* yang sudah diisi oleh pengguna yang tersedia di halaman ini juga. Antarmuka dapat dilihat pada Gambar 4.17.

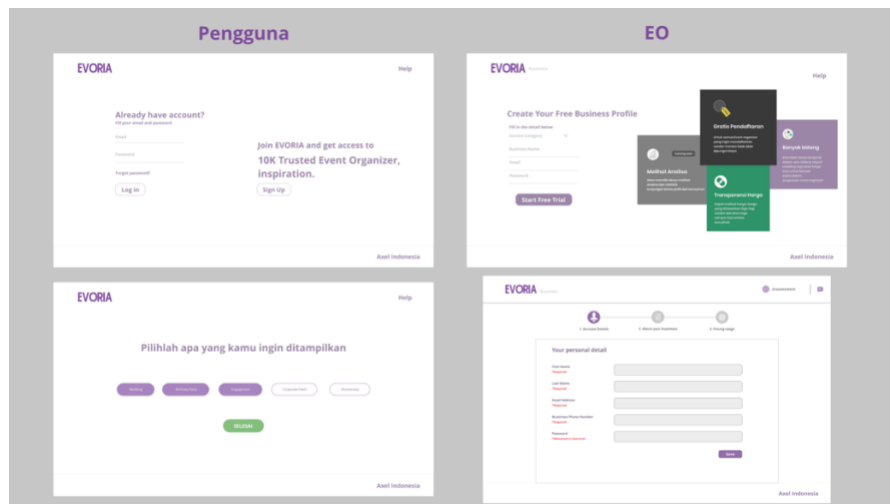


Gambar 4.17 Antamuka *Home*

b. Tampilan *Login* dan Registrasi

Aplikasi evoria dapat diakses tanpa melakukan *login* akan tetapi untuk melakukan proses transaksi harus melakukan *login* terlebih dahulu. Aplikasi evoria berbasis website memiliki dua tampilan untuk *login* dan *registrasi*. Tampilan *login* dan *registrasi* pertama untuk masuk atau mendaftar sebagai pengguna. Tampilan *login* dan *registrasi* kedua yaitu untuk masuk atau mendaftar sebagai *event organizer* agar dapat

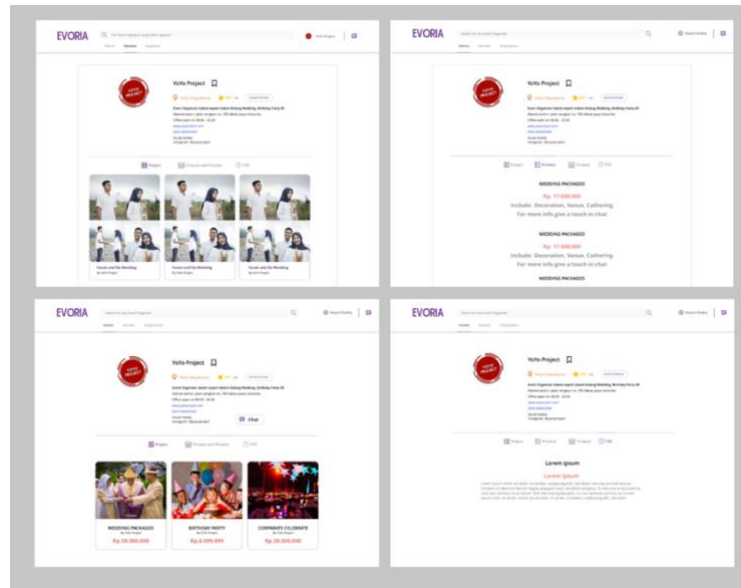
mempromosikan produk mereka. Tampilan *login* dan registrasi dapat dilihat pada Gambar 4.18



Gambar 4.18 Antarmuka *Login*, Registrasi Pengguna, Registrasi *Event Organizer*

c. Tampilan antarmuka *Profile event organizer*

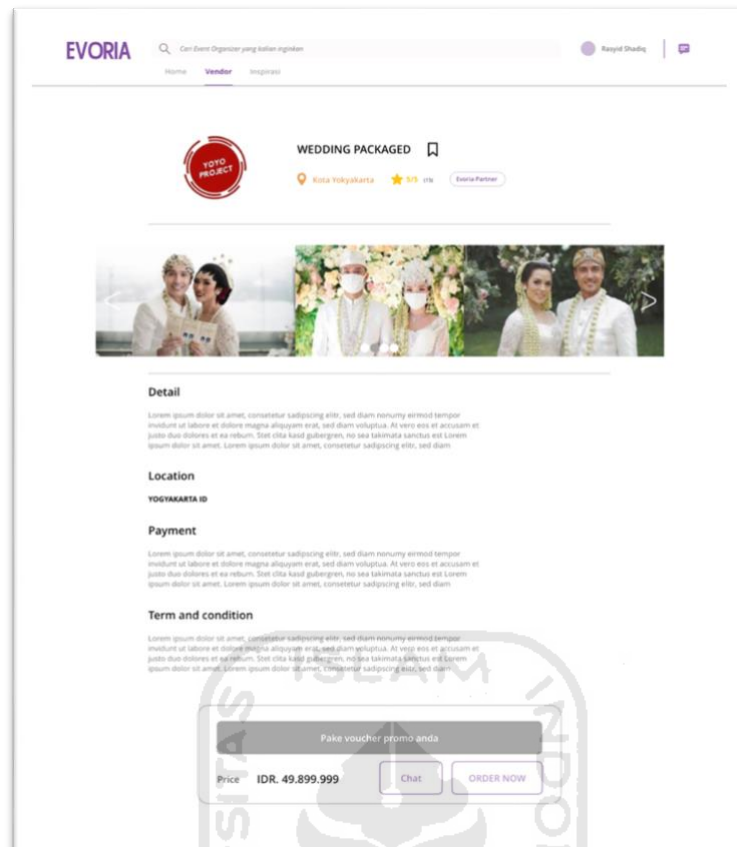
Pada tampilan *profile event organizer* menampilkan empat fitur utama yaitu pertama *project* yang berisi portofolio dari EO tersebut yang ditampilkan dengan tiga foto dan judul dari portofolio tersebut. Kedua yaitu *pricelist* yang menampilkan *list* harga-harga dan keuntungan yang didapatkan pengguna yang ditampilkan dengan dengan bentuk *list* ke bawah. Ketiga yaitu *product* yaitu kumpulan produk yang ditawarkan oleh EO yang sudah dikemas dan siap pesan yang ditampilkan dengan foto dan harga dari produk tersebut. Keempat yaitu *frequently asked question* yang ditampilkan dengan *list* pertanyaan yang sering ditanyakan oleh EO tersebut. Antarmuka *profile* EO dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 Antarmuka *Profile Event Organizer*

d. Tampilan halaman detail produk

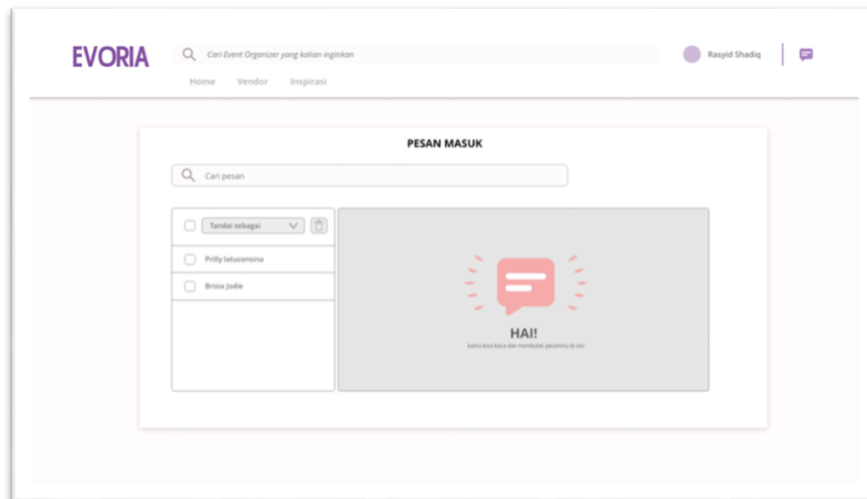
Pada halaman detail produk menggunakan *background* warna putih untuk menonjolkan isi konten. Halaman ini berisi detail tentang produk yang ditawarkan seperti deskripsi, lokasi, metode pembayaran, syarat dan ketentuan. Contoh foto acara sesuai produk juga dilampirkan untuk memperjelas kedetailan produk. Di bagian bawah halaman terdapat tombol untuk melakukan *order* dengan bentuk kotak bersudut *rounded* dan juga berisi total harga dari produk yang ingin dipesan. Terdapat tombol *chat* juga untuk menanyakan langsung ke EO tersebut. Tampilan halaman detail produk dapat dilihat pada Gambar 4.20.



Gambar 4.20 Antarmuka Halaman Detail Produk

e. Tampilan halaman *Chat*

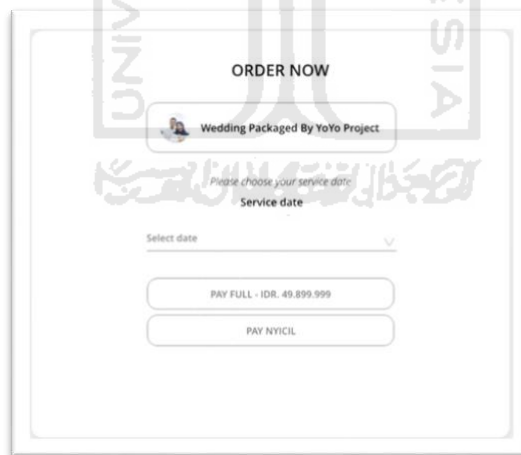
Pada halaman *chat* menampilkan pesan-pesan yang masuk atau telah dikirim pengguna ataupun EO untuk melakukan negosiasi antara dua pihak. *Background* warna yang digunakan yaitu warna merah muda untuk membedakan halaman *chat* dengan yang lainnya. Tampilan halaman *chat* dapat dilihat pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 Antarmuka Halaman *Chat*

f. Tampilan halaman *order*

Pada halaman ini menampilkan halaman yang digunakan pengguna dalam melakukan *order* produk setelah melakukan negosiasi dengan pihak EO. Halaman berisi nama produk yang dipilih, memilih tanggal dan memilih metode pembayaran. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.22.

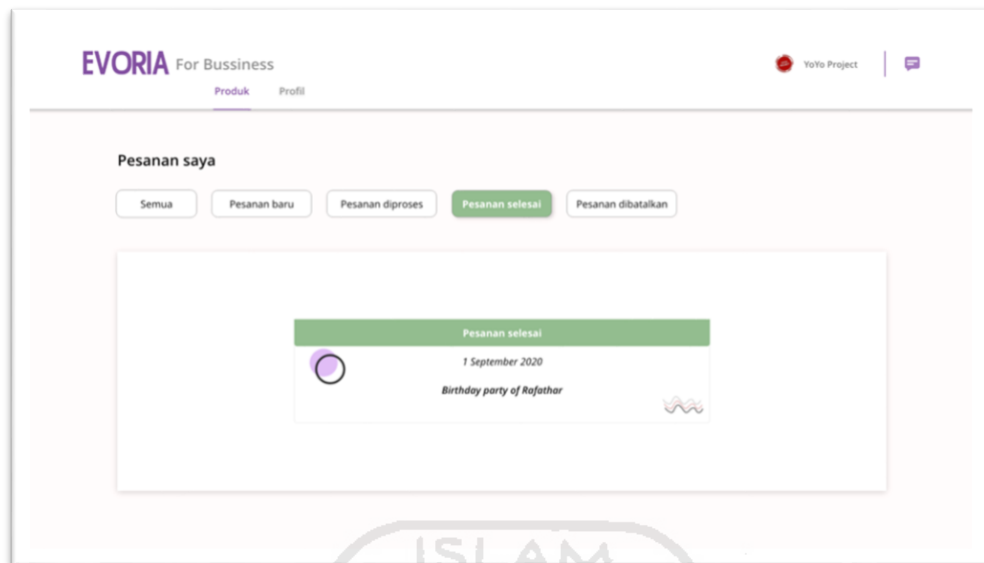


Gambar 4.22 Antarmuka Halaman *Order*

g. Tampilan halaman pesanan saya

Pada tampilan ini menampilkan pesanan pengguna untuk melakukan *tracking* proses produk mereka. Ketika pesanan sudah melewati suatu proses maka akan pindah ke proses selanjutnya. Setelah suatu pesanan telah selesai maka pengguna bisa

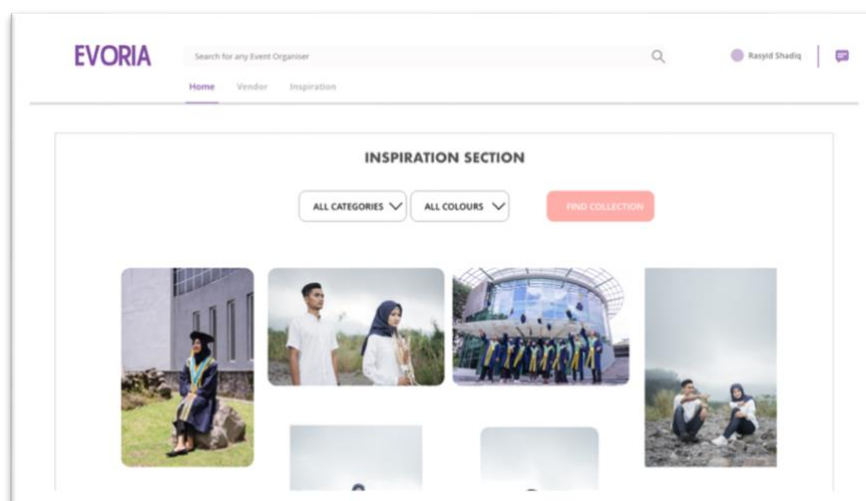
memberikan *review* dan *rating* terhadap EO yang mereka gunakan. Tampilan halaman pesanan saya dapat dilihat pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 Antarmuka Halaman Pesanan Saya

h. Tampilan halaman *Inpiration*

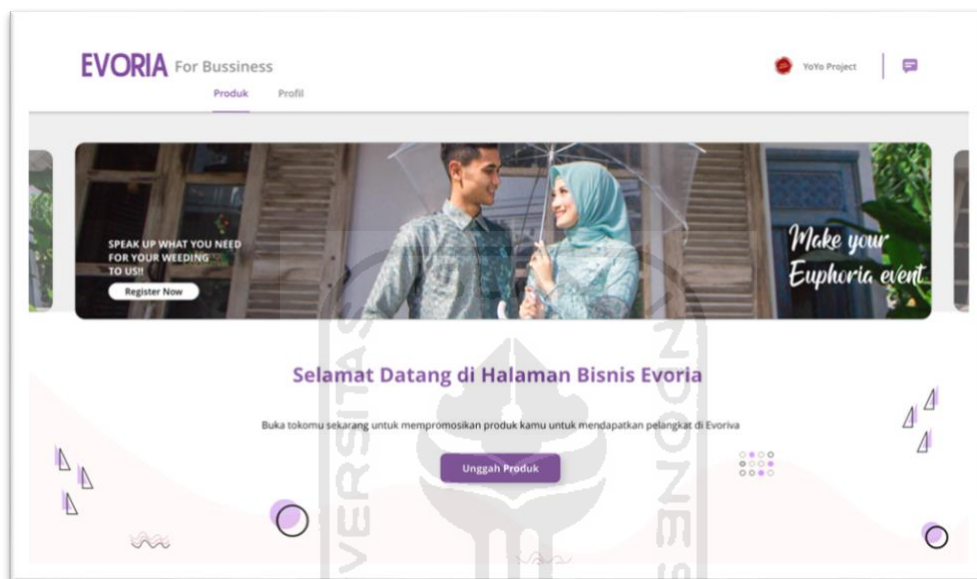
Pada halaman, ditampilkan contoh-contoh acara untuk memberikan inspirasi kepada pengguna ketika kebingungan dalam membuat sebuah acara. Halaman ini berpatokan pada *website* Pinterest yang menampilkan banyak portofolio desainer dan lain-lain. Sama hal juga dengan halaman ini menampilkan banyak portofolio dari para EO sesuai kategori apa yang dicari oleh pengguna. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.24.



Gambar 4.24 Antarmuka Halaman *Inpiration*

i. Tampilan halaman beranda *event organizer*

Halaman ini adalah halaman khusus untuk *event organizer* ketika telah masuk atau mendaftar sebagai EO. Pada *section* menu dan banner iklan serupa dengan halaman beranda untuk pengguna akan tetapi tanpa fitur *search*. Ketika pertama kali masuk sebagai EO, maka akan menampilkan perintah untuk unggah produk untuk memperlengkap informasi mereka. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.25.



Gambar 4.25 Antarmuka Halaman *Home Event Organizer*

j. Tampilan halaman tambah produk

Halaman ini adalah tempat EO ketika ingin mengunggah produk mereka. Mereka harus mengisi beberapa *form* dan foto dengan kualitas yang sudah ditentukan untuk menjaga kualitas produk yang dipasarkan di Evoria. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 4.26.

Gambar 4.26 Antarmuka Halaman Tambah Produk

k. Tampilan halaman tambah portofolio

Halaman ini adalah tempat untuk mengunggah portofolio kegiatan yang pernah EO kerjakan. Mereka harus mengisi *form* dan beberapa foto dengan kualitas yang sudah ditentukan guna untuk menjaga kualitas Gambar. Tampilan halaman tambah portofolio dapat dilihat pada Gambar 4.27.

Gambar 4.27 Antarmuka Halaman Tambah Portofolio

4.9 Validate

Proses *validate* adalah tahapan terakhir pada pendekatan UCD untuk menyempurnakan hasil desain yang sudah dirancang kepada pengguna. Proses validasi menggunakan pengujian *Cognitive Walkthrough* yang dilakukan kepada 5 partisipan yang telah mengikuti proses pengembangan sejak awal dalam pengembangan ini. Pengujian menggunakan *smart phone* dengan tampilan *landscape* dan *desktop*. Partisipan pada pengembangan ini dijadikan acuan untuk perancangan *user interface* dan juga *user experience* karena partisipan merupakan gambaran dari calon pengguna aplikasi Evoria. Pada pengujian terdapat tujuh skenario yang harus dijalankan oleh partisipan. Kelima partisipan diberi pengetahuan awal berupa penjelasan aplikasi secara umum dan tidak diajarkan menggunakan *prototype* sebelumnya untuk mendapatkan hasil pengujian yang maksimal. Partisipan dinyatakan berhasil jika menyelesaikan skenario kurang dari tiga puluh detik. Setelah itu partisipan akan diberi waktu untuk memberikan *feedback* dari hasil pengujian dan akan dilakukan pengembangan lanjutan. Berikut skenario dan alur dari *prototype* yang diujikan.

4.9.1 Analisis Tingkat Penyelesaian Skenario Tugas

- a. Skenario registrasi dan *login* sebagai pengguna.

Partisipan diminta untuk membuat akun baru dan login pada aplikasi Evoria berdasarkan Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Skenario 1

<i>Goal</i>	Melakukan registrasi dan <i>login</i> sebagai pengguna.
Skenario	Anda adalah seorang yang ingin mengadakan suatu acara dan anda ingin mencari <i>event organizer</i> untuk mengurus acara anda. Sebelumnya anda belum pernah mendaftar sebagai pengguna pada aplikasi Evoria maka dari itu anda harus melakukan registrasi. Setelah registrasi anda melakukan <i>login</i> untuk dapat masuk ke aplikasi Evoria sebagai pengguna. Silahkan buka aplikasi, buat akun baru dan <i>login</i> .

Hasil pengujian dengan menggunakan skenario pertama adalah partisipan mudah untuk membuat akun baru dan berhasil melakukan *login*. Partisipan pun tidak mengajukan pertanyaan. Berikut hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario pertama dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Skenario 1

Partisipan	Indikator Pengujian	
	Registrasi Sebagai pengguna	Melakukan <i>Login</i>
1.	✓	✓
2.	✓	✓
3.	✓	✓
4.	✓	✓
5.	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%

- b. Skenario memilih *event organizer* dan mencari produk yang diinginkan pada halaman *profile event organizer*.

Partisipan diminta untuk memilih salah satu *event organizer* dan melakukan survei tentang produk yang ditawarkan oleh *event organizer* berdasarkan Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Skenario 2

<i>Goal</i>	Dapat menemukan <i>event organizer</i> dapat melakukan survey produk EO
Skenario	Setelah anda berhasil <i>login</i> , anda memilih <i>event organizer</i> yang diinginkan. Anda melakukan riset dengan cara melihat portofolio, <i>pricelist</i> , <i>product</i> yang ditawarkan EO tersebut dan memilih satu satu produk yang anda inginkan

Hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario kedua ni adalah partisipan berhasil mencapai *goal* yang diinginkan. Berikut hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario kedua dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Skenario 2

Partisipan	Indikator Pengujian		
	Mencari <i>event organizer</i>	Melakukan survey	Masuk halaman detail produk
1.	✓	✓	✓
2.	✓	✓	✓
3.	✓	✓	✓
4.	✓	✓	✓
5.	✓	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%	100%

c. Skenario menggunakan menu *chat*.

Pada skenario pengujian yang ketiga adalah partisipan diminta untuk melihat menu *chat* dan melakukan negoisasi dengan *event organizer* yang diinginkan. Skenario yang ketiga dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Skenario 3

<i>Goal</i>	Dapat menemukan <i>button chat</i> pada detail produk dan melakukan negoisasi.
Skenario	Setelah melakukan survey pada <i>profile</i> yang diinginkan kamu penasaran dan ingin menanyakan tentang produk yang ditawarkan oleh EO tersebut. Silahkan lakukan negoisasi dengan EO tersebut sampai menemukan kesepakatan.

Hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario ketiga ini adalah partisipan yang berhasil mencapai *goal* tiga orang. Dua orang lainnya mengaku sulit menemukan tombol *chat*. Berikut hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario kedua dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Skenario 3

Partisipan	Indikator Pengujian	
	Menemukan tombol <i>chat</i>	Menggunakan menu <i>chat</i>
1.	x	x
2.	✓	✓
3.	✓	✓
4.	x	x
5.	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	3	3
Persentase Keberhasilan	60%	60%

d. Skenario menyelesaikan transaksi.

Pada pengujian dengan skenario yang keempat merupakan tahap terakhir untuk skenario sebagai pengguna. Skenarionya adalah partisipan harus dapat menyelesaikan transaksi setelah melakukan negoisasi. Skenario keempat dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Skenario 4

<i>Goal</i>	Berhasil menyelesaikan transaksi
Skenario	Setelah melakukan negoisasi, langkah terakhir adalah anda mengisi <i>form</i> pada halaman <i>order</i> untuk menyelesaikan transaksi. Isi tanggal acara akan diadakan dan pilih metode pembayaran.

Hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario kedua ini adalah partisipan berhasil mencapai *goal* yang diinginkan. Berikut hasil dari pengujian dengan menggunakan skenario kedua dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Skenario 4

Partisipan	Indikator Pengujian			
	Menemukan tombol order now	Memilih tanggal acara	Memilih metode pembayaran	Menyelesaikan transaksi
1.	✓	✓	✓	✓
2.	✓	✓	✓	✓
3.	✓	✓	✓	✓
4.	✓	✓	✓	✓
5.	✓	✓	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%	100%	100%

e. Skenario registrasi sebagai *event organizer*.

Pada pengujian dengan skenario yang kelima partisipan diminta untuk melakukan registrasi sebagai *event organizer* agar dapat memasarkan produk mereka di Evoria. Skenario kelima dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Skenario 5

<i>Goal</i>	Partisipan berhasil melakukan registrasi sebagai <i>event organizer</i> .
Skenario	Pada skenario kali ini anda berposisi sebagai <i>event organizer</i> yang ingin memasarkan produk anda di Evoria. Anda sudah memiliki akun sebagai pengguna akan tetapi belum terdaftar sebagai <i>event organizer</i> . Silahkan melakukan registrasi sebagai <i>event organizer</i> agar dapat memasarkan produk anda.

Hasil pengujian pada skenario yang kelima partisipan berhasil melakukan registrasi sebagai *event organizer*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Skenario 5

Partisipan	Indikator Pengujian	
	Menemukan tombol menjadi <i>event organizer</i>	Registrasi sebagai <i>event organizer</i>
1.	✓	✓
2.	✓	✓
3.	✓	✓
4.	✓	✓
5.	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%

f. Skenario melakukan *upload* produk.

Pada skenario pengujian yang keenam adalah partisipan setelah melakukan registrasi sebagai *event organizer* pada skenario sebelumnya harus melakukan *upload* produk untuk bisa memasarkan produk mereka di Evoria. Skenario dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15 Skenario 6

<i>Goal</i>	Partisipan berhasil meng- <i>upload</i> produk.
Skenario	Setelah melakukan registrasi sebagai <i>event organizer</i> anda harus meng- <i>upload</i> produk anda untuk bisa memasarkan instansi anda di Evoria.

Hasil pengujian pada skenario yang keenam partisipan berhasil melakukan unggah produk sebagai *event organizer*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Skenario 6

Partisipan	Indikator Pengujian		
	Menemukan tombol unggah produk	Mengisi <i>form</i> unggah produk	Menemukan tombol <i>publish</i>

1.	✓	✓	✓
2.	✓	✓	✓
3.	✓	✓	✓
4.	✓	✓	✓
5.	✓	✓	✓
Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%	100%

g. Skenario melakukan *upload* portofolio.

Skenario pengujian yang ketujuh adalah partisipan harus dapat melakukan upload portofolio mereka sebagai *event organizer*. Skenario ini dapat dilihat pada tabel 4.17.

Tabel 4.17 Skenario 7

<i>Goal</i>	Partisipan berhasil meng- <i>upload</i> portofolio.
Skenario	Setelah melakukan unggah produk sebagai <i>event organizer</i> anda harus mengunggah portofolio anda untuk bisa meyakinkan pengguna dengan hasil kerja anda.

Hasil pengujian pada skenario yang ketujuh partisipan berhasil melakukan unggah portofolio sebagai *event organizer*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.18.

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Skenario 7

Partisipan	Indikator Pengujian		
	Menemukan tombol unggah portofolio	Mengisi <i>form</i> unggah portofolio	Menemukan tombol <i>publish</i>
1.	✓	✓	✓
2.	✓	✓	✓
3.	✓	✓	✓
4.	✓	✓	✓
5.	✓	✓	✓

Jumlah Partisipan yang Berhasil	5	5	5
Persentase Keberhasilan	100%	100%	100%

4.9.2 Analisis Saran Partisipan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menyelesaikan skenario tugas yang dilakukan, partisipan diminta untuk memberikan *feedback* dan saran atas permasalahan yang dirasa kurang ketika melakukan pengujian. Hasil *feedback* yang dapat dilihat pada tabel 4.19.

Tabel 4.19 *Feedback* dan Saran Partisipan

Responden	<i>Feedback</i>	Saran
1.	<ul style="list-style-type: none"> Tidak ada tombol chat pada halaman <i>profile event organizer</i> pengguna bisa langsung menanyakan ke EO ketika melihat portofolio mereka. Ketika melakukan <i>searching</i> tidak ada filter untuk memudahkan pencarian yang pengguna inginkan seperti ketika mencari hotel di Traveloka. 	<ul style="list-style-type: none"> Menambahkan tombol <i>chat</i> pada tampilan <i>profile</i> EO Menambahkan fitur <i>filter</i> pada halaman <i>search</i>
2.	<ul style="list-style-type: none"> Konsistensi dalam pemilihan diksi pada aplikasi Evoria agak membuat bingung pengguna. Usahakan untuk menggunakan satu bahasa saja untuk menjaga konsistensi. 	<ul style="list-style-type: none"> Memperbaiki konsistensi pemilihan diksi dalam penggunaan Bahasa.
3.	<ul style="list-style-type: none"> Pada halaman <i>profile</i> EO bagian <i>pricelist</i> dan <i>product</i> bisa dijadikan satu bagian karena isi kontennya sama. 	<ul style="list-style-type: none"> Menyatukan bagian <i>pricelist</i> dan <i>product</i>.

4.	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu menambahkan fitur chat pada halaman <i>profile EO</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menambahkan fitur <i>chat</i> pada halaman <i>profile EO</i>.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Visual rating diubah menjadi banyaknya rating yang didapat bukan dengan tulisan angka. • Pemilihan warna <i>background</i> pada beranda dan halaman lain harus dibedakan untuk membatu pengguna untuk membedakan tiap-tiap halaman. • Bagian <i>about us</i> harusnya menggunakan warna yang lebih gelap agar membuat kesan akhir dari halaman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengubah <i>visual rating</i>. • Mengubah pemilihan warna tiap-tiap halaman. • Mengganti warna <i>background about us</i>.

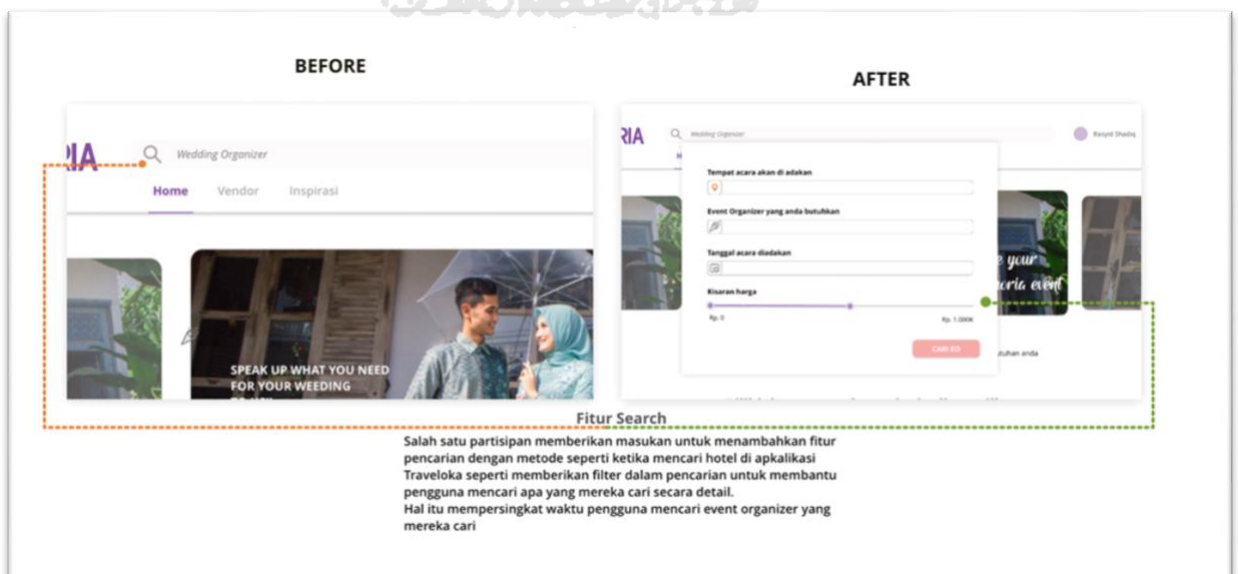
Partisipan dalam pengujian dari sisi pengguna dan *event organizer* memberi pendapat hasil rancangan *prototype* aplikasi Evoria cukup puas dengan *user interface*, pemilihan warna, *font* yang telah dikembangkan. Tidak terdapat masalah utama ketika menjalankan skenario tugas yang diberikan oleh penulis. Akan tetapi partisipan memberikan delapan masukan guna untuk memberikan *user experience* yang lebih nyaman untuk pengguna ketika menggunakan aplikasi Evoria. Berikut hasil penambahan dari masukan dari para partisipan pengujian.

Penambahan dan perubahan dalam halaman ini ada pada penambahan fitur *chat*, melakukan perbaikan konsistensi pemilihan diksi menjadi satu Bahasa, dan mengubah warna *background*. Gambar beserta penjelasan dapat dilihat pada Gambar 4.28.



Gambar 4.28 Re-design Halaman. Profile EO

Penambahan yang disarankan oleh partisipan pengujian selanjutnya adalah tentang fitur pencarian. Fitur pencarian sebelumnya memerlukan waktu untuk mencari EO yang pengguna cari maka dari itu solusi yang penulis berikan dapat dilihat pada Gambar 4.29.



Gambar 4.29 Re-design Fitur Pencarian

Penambahan dan perubahan yang disarankan oleh partisipan pengujian selanjutnya adalah pemilihan warna *background* dari *footer* harus lebih gelap untuk memberikan kesan bahwa *section footer* adalah akhir dari halaman. *Re-design section footer* dapat dilihat pada Gambar 4.30.



Gambar 4.30 *Re-design Section Footer*

4.9.3 Analisis Tingkat Penyelesaian Skenario Tugas Tahap Akhir

Setelah melakukan proses *re-design* sesuai dengan saran dan masukan dari kelima partisipan maka dilakukan pengujian tingkat penyelesaian skenario tugas tahap akhir untuk melihat hasil keberhasilan partisipan dalam menjalankan skenario dengan persentase keberhasilan 100%. Partisipan dinyatakan berhasil menyelesaikan skenario tugas kurang dari tiga puluh detik.

Tabel 4.20 Hasil Pengujian tingkat penyelesaian scenario tugas tahap akhir

No.	Skenario Tugas	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3	Partisipan 4	Partisipan 5	Persentase keberhasilan
1.	Registrasi dan login sebagai pengguna.	✓	✓	✓	✓	✓	100%
2.	Dapat menemukan	✓	✓	✓	✓	✓	100%

	<i>event organizer</i> dapat melakukan survey produk EO.						
3.	Dapat menemukan <i>button chat</i> pada detail produk dan melakukan negoisasi.	✓	✓	✓	✓	✓	100%
4.	Berhasil menyelesaikan transaksi	✓	✓	✓	✓	✓	100%
5.	registrasi sebagai <i>event organizer</i>	✓	✓	✓	✓	✓	100%
6.	melakukan <i>upload</i> produk	✓	✓	✓	✓	✓	100%
7.	melakukan <i>upload</i> portofolio	✓	✓	✓	✓	✓	100%

Hasil dari tingkat keberhasilan pengujian penyelesaian skenario tugas tahap akhir ini adalah 7 dari 7 skenario tugas berhasil diselesaikan oleh partisipan dengan persentase keberhasilan 100%. Hasil ini membuat salah satu partisipan pada pengujian tahap pertama yang tidak menemukan tombol *chat* pada skenario tugas ketiga akhirnya menyelesaikan skenario dengan persentase keberhasilan 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa rancangan akhir antarmuka yang sudah dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4.10 Analisis Komersialisasi

Komersialisasi Evoria adalah proses memperkenalkan Evoria kepada masyarakat sehingga dapat digunakan secara tepat guna dan menghasilkan keuntungan ekonomi bagi investor dan Evoria. Tujuan tahap ini adalah untuk menentukan ekspektasi nilai teknologi, termasuk penyusunan aplikasi potensial, pertimbangan berbagai keuntungan terhadap berbagai peluang dan perlindungan teknologi melalui paten.

Langkah pertama yang dilakukan oleh tim Axel Indonesia adalah melakukan survei pasar tentang bidang mana yang memiliki potensi untuk dikembangkan ke dalam konsep bisnis. Setelah menentukan bidang *event organizer* yang akan kami alami, kami mencari responden dari pihak EO untuk melakukan pertemuan dan wawancara. Kami melakukan *brainstorming* tentang apakah aplikasi Evoria ini nantinya akan dibutuhkan dan dapat mengatasi permasalahan yang masyarakat umum hadapi. Dari hasil *brainstorming* menemukan titik akhir pembicaraan bahwa aplikasi Evoria dibutuhkan oleh para EO karena diharapkan dapat memudahkan mereka dalam memasarkan portofolio mereka sehingga calon pengguna jasa lebih muda menemukan EO yang mereka cari untuk mengatur acara mereka.

Langkah selanjutnya adalah melakukan wawancara atau *user interview* dengan lima orang responden untuk melakukan penentuan gambaran awal calon pengguna aplikasi Evoria. Dan juga kami melakukan penyebaran kuisisioner *online* kepada para calon pengguna Evoria. Data yang diperoleh berupa jawaban dari seputar permasalahan yang terjadi di dunia EO baik dari vendor maupun pengguna jasanya. Setelah mendapatkan respon berupa data yang kami analisis dan membuat rancangan *user persona*.

Setelah melakukan proses pengembangan kurang lebih 3 bulan akhirnya aplikasi Evoria telah berhasil dibuat. Berdasarkan hasil pengembangan, tim Axel Indonesia mengambil kesimpulan bahwa aplikasi Evoria layak untuk dikomersilkan. Berikut beberapa alasan mengapa aplikasi Evoria layak untuk dikomersilkan:

1. Aplikasi dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif karena berbasis web.
2. Aplikasi mudah digunakan.
3. Berdasarkan hasil pertemuan dengan calon pengguna, mereka membutuhkan aplikasi Evoria untuk mencari jasa EO sesuai kebutuhan.
4. Hasil desain tertata rapi dalam pengarsipan sehingga mudah jika ingin melakukan pengembangan kembali.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil rancangan *wireframe*, *user flow*, *user interface* dan *user experience* dengan pendekatan *user centered design* (UCD) pada aplikasi Evoria yang dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pendekatan *user centered design* (UCD) memudahkan perancangan *user interface* dan *user experience* yang dibuktikan dengan berhasil mendapatkan hasil yang memuaskan karena melibatkan calon pengguna aplikasi secara langsung.
- b. Validasi menggunakan pengujian *Cognitive Walkthrough* yang melibatkan responden dalam pengujian menghasilkan komentar yang menyatakan bahwa responden telah puas dengan purwarupa yang telah dibuat dan interaktif dengan penggunaannya. Hal ini dibuktikan dengan seluruh responden berhasil menggunakan rancangan antarmuka aplikasi tanpa kesulitan dan dapat mengenali setiap fitur yang terdapat di aplikasi.
- c. Evoria hadir dalam bentuk tampilan *website* sebagai langkah awal untuk membantu *event organizer* dalam memasarkan produk mereka dan membantu pengguna dalam mencari *event organizer* yang mereka inginkan untuk mengatur acara mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan, tampilan antarmuka setiap tahun berkembang bahkan *trend* tampilan selalu berubah. Diharapkan tampilan pada aplikasi Evoria ikut berkembang tidak berhenti pada perancangan ini saja dan menjadi lebih baik agar selalu membantu pengguna. Pengujian sistemnya tidak menggunakan browser *smartphone* sehingga tidak bisa melihat tampilan sistem jika dibuka menggunakan browser di *smartphone* (*responsive* atau tidaknya). Hal itu akan berpengaruh pada tampilan serta tata letak sistem maka dari itu diharapkan untuk perancangan selanjutnya melakukan perancangan versi browser hp untuk memaksimalkan proses penggunaan aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acer. 2016. “Tiga Karakter Penting Dalam Startup: Hustler, Hipster, Dan Hacker.” *Acer.Id*.
- Amborowati, Armadyah. 2008. “Rancangan Sistem Pameran Online Menggunakan Metode UCD (User Centered Design).” *STMIK AMIKOM Yogyakarta* 1–15.
- Aprilia, Putri. 2020. “Lengkap! Perbedaan UI Dan UX Beserta Contohnya.” *Putri Aprilia*. Retrieved November 24, 2020 (<https://www.niagahoster.co.id/blog/perbedaan-ui-dan-ux/>).
- Ardy Setyawan. 2016. “Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Klien Pada Paris (Parking Information System).”
- Bligård, Lars Ola, and Anna Lisa Osvalder. 2013. “Enhanced Cognitive Walkthrough: Development of the Cognitive Walkthrough Method to Better Predict, Identify, and Present Usability Problems.” *Advances in Human-Computer Interaction* 2013. doi: 10.1155/2013/931698.
- Bridestory. 2018. “2017 Indonesia Wedding Industry Report by Bridestory.” *Bridestory.Com*. Retrieved (<https://www.bridestory.com/blog/2017-indonesia-wedding-industry-report-by-bridestory>).
- Devi Kusuma Wardhani. 2018. “DATA SCIENCE DALAM BISNIS DUNIA DIGITAL.” 30.
- Dr. Bachruddin Saleh Luturlean, S. E. .. M. M. 2019. “STRATEGI BISNIS PARIWISATA - Dr. Bachruddin Saleh Luturlean, S.E., M.M., Dkk - Google Buku.” Retrieved November 26, 2020 (https://books.google.co.id/books/about/STRATEGI_BISNIS_PARIWISATA.html?id=BVi9DwAAQBAJ&redir_esc=y).
- Eric Ries. 2011. *The Lean Startup*. Amerika Serikat: Crown Business.
- Kurnia, Winda. 2019. “Desain Interaksi Aplikasi Rekam Medis Berbasis UCD (Studi Kasus : RSUD Dr. Soehadi Prijonegoro Sragen).”
- Sholikhin, Muchtar Prawira, Eriq Muh, Adams Jonemaro, and Muhammad Aminul Akbar. 2018. “Evaluasi User Experience Pada Game Left 4 Dead 2 Menggunakan Cognitive Walkthrough.” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 2(7):2619–25.
- Techfor id. 2019. “Mengenal Karakter Startup Sebelum Yakin Akan Merintis Usaha Ini!” *Techfor Id*.
- Ummi Indah Lestari. 2018. “PEMBENTUKAN KEPERIBADIAN MUSLIM PADA SISWI

KELAS VIII DI MTs N KARANGANYAR TAHUN PELAJARAN 2017/2018.” *Iain Surakarta*.

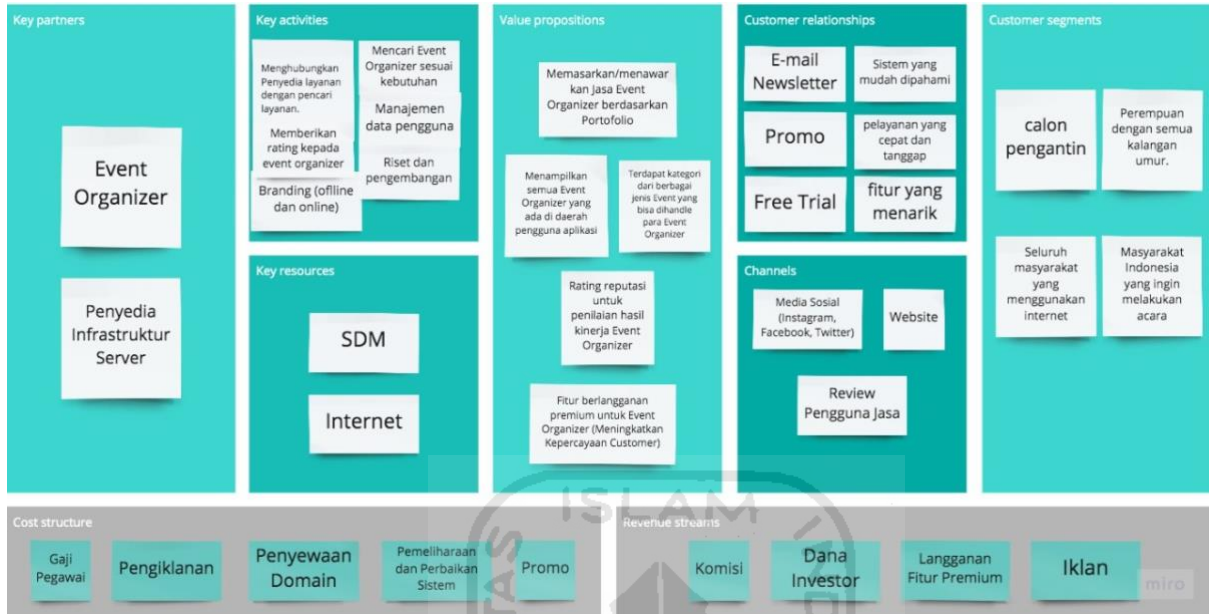
VisitingJogja. 2019. “Yogyakarta Calender of Event 2019 - Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.” Retrieved November 26, 2020 (<https://visitingjogja.com/16744/yogyakarta-calender-of-event-2019/>).

Widhiarso, Wijang, Jessianti, and Sutini. 2007. “Metode UCD [User Centered Design] Untuk Rancangan Kios Informasi [Studi Kasus : Rumah Sakit Bersalin XYZ].” *Algoritma* 3(3):6–10.



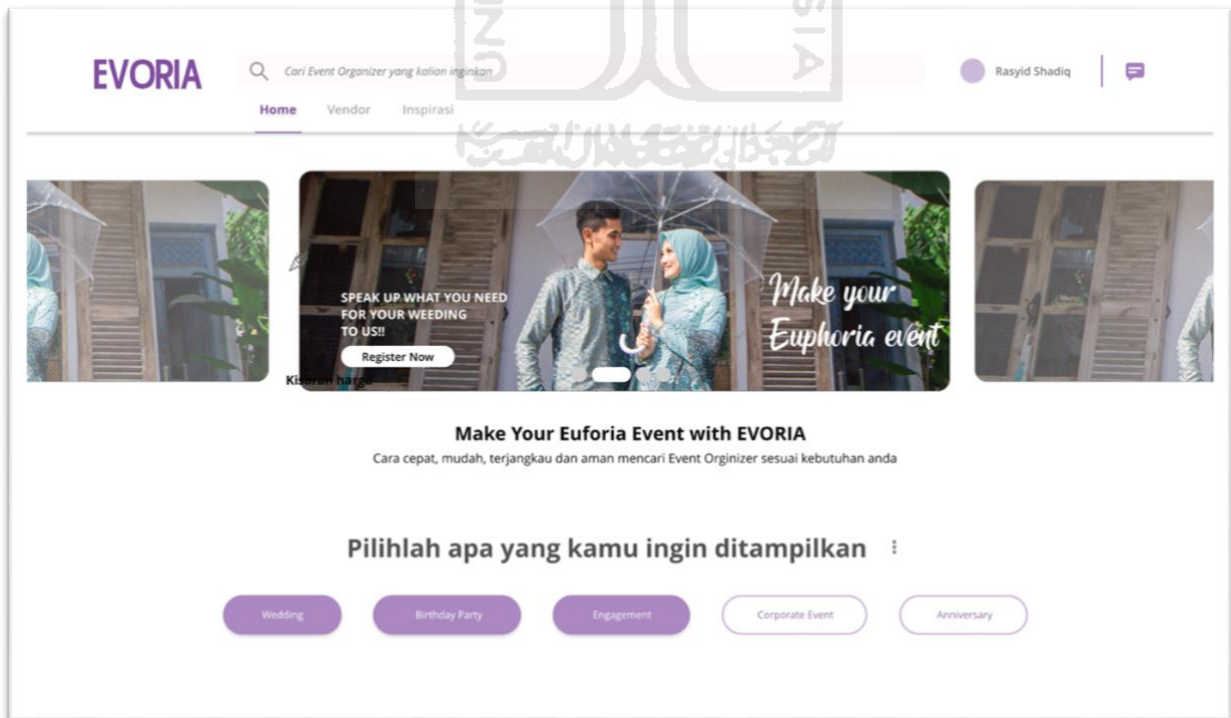
LAMPIRAN A

Business Model Canvas (BMC) Evoria.



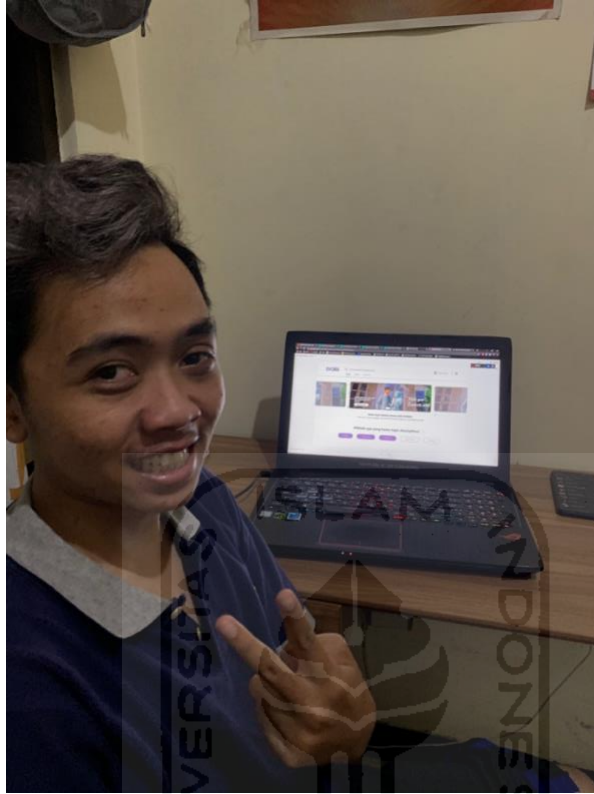
LAMPIRAN B

Link prototype



<https://xd.adobe.com/view/d580674e-d016-4a27-990c-3b47b8363090-80d3/>

LAMPIRAN B
Situasi Pengujian



LAMPURAN D

Foto Tim Axel Indonesia



Muhammad Rasyid Shadiq, Mutia Mernisiola Zipa, Aditya Mahivira