

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri jasa travel telah mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan munculnya berbagai aplikasi perjalanan yang menawarkan layanan yang beragam dan mudah diakses.[1] Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna (*User Experience*) dan desain antarmuka pengguna (*User Interface*) dalam aplikasi tersebut.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh aplikasi perjalanan adalah kompleksitas. Kurangnya kesesuaian dengan preferensi dan kebutuhan pengguna juga merupakan masalah yang sering terjadi, pengguna sering merasa frustrasi dengan kurangnya fleksibilitas dan personalisasi yang ditawarkan oleh aplikasi perjalanan saat ini.

Untuk mengatasi masalah-masalah ini, pendekatan yang sistematis dan inovatif diperlukan dalam merancang dan mengembangkan aplikasi perjalanan yang memperhatikan kebutuhan dan preferensi pengguna secara lebih mendalam. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Design Thinking*, yang telah terbukti menghasilkan kerja yang efektif dalam memahami kebutuhan pengguna dan menciptakan solusi yang lebih sesuai dan memuaskan[2]

Dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, diharapkan dapat diciptakan model perancangan antarmuka pengguna (*UI*) dan pengalaman pengguna (*UX*) yang optimal untuk aplikasi TravelFun. Melalui analisis mendalam terhadap kebutuhan pengguna, penciptaan prototipe yang lebih intuitif, dan pengoptimalan pengalaman pengguna, tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan efektivitas aplikasi TravelFun.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan aplikasi perjalanan yang lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pengguna, dengan harapan dapat meningkatkan daya saing dan

penerimaan aplikasi TravelFun di pasar yang semakin kompetitif.

1.2 Profil

Binar Academy merupakan pelopor startup edtech yang fokus pada pengembangan skill dan talenta digital dengan meningkatkan pengalaman belajar. Binar sendiri memiliki visi untuk saling menginspirasi dan menyemangati. Ketika talenta potensial bersatu membentuk cahaya pembaruan dalam bidang digital, hasil dan kolaborasi mereka harus bisa menghidupkan serta menginspirasi banyak orang. Selain itu Binar memiliki misi untuk saling menemukan, untuk saling berproses, dan untuk saling terkoneksi.

Dalam proses belajar di PT. Lentera Bangsa Benderang (Binar Academy) mengelompokkan menjadi 2 divisi yaitu UI/UX Designer & Front End. Penulis tergabung dalam divisi UI/UX Designer yang memiliki sebuah tanggung jawab pada project akhir MSIB yaitu membantu dalam riset dan melakukan perancangan User Interface (UI) pada Landing Page Aplikasi E-Commerce di PT. Lentera Bangsa Benderang (Binar Academy).

The Breeze (Batik 3 - L.30, Jl. BSD Grand Boulevard, BSD City, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345). Sistem belajar yang diterapkan selama di PT. Lentera Bangsa Benderang adalah daring. Dimulai dari tanggal 14 Februari 2022 – 22 Juli 2022 jam belajarnya mulai dari jam 19:00 – 22:00 WIB dengan sistem 5 hari belajar. Untuk rincian kegiatan selama belajar yaitu pada awal masih belajar mengenai Fundamental UI/UX Designer. Kemudian setiap akhir bulan maka akan diberikan challenge mini project, kemudian bulan Juli 2022 digunakan untuk mengerjakan project akhir yang di kolaborasi dengan Front End sesuai dengan brief yang diberikan.

1.3 Landasan Teori

1.3.1 Design Thinking

Design thinking adalah suatu metodologi desain untuk mengatasi masalah dengan cara memahami kebutuhan manusia yang terlibat dari segi perancangan tatap muka, terdapat lima tahap *Design Thinking* yaitu, *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Adapun table alur penerapan *design thinking* tertera pada gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Design Thinking

Metode ini adalah solusi yang hanya berfokus pada pengalaman dari pengguna yang bersifat pengulangan. Pada metode yang digunakan terdapat lima tahapan yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Testing*. Berikut Langkah-langkah dari metode *Design Thinking* :[3]

1) *Empathize*

Empati adalah tahapan pertama dalam proses *ux research* yang menentukan bagaimana cara kita memahami emosi yang sama dengan emosi yang dirasakan orang lain. Melalui *empati* kita dapat merasakan perasaan mereka tentang masalah, situasi, dan keadaan.

2) *Define*

Define adalah tahapan kedua dalam proses *ux research* yaitu suatu proses

cara mendapatkan pandangan dari user serta memahami kebutuhan pengguna. Seperti halnya membuat user persona yang nantinya akan menjadi suatu landasan dasar dari perancangan pembuatan produk ataupun aplikasi.

3) Ideate

Ideate adalah hasil akhir ide atau solusi yang berasal dari proses *ux research* pada tahapan *emphatize* dan *define*. Proses ini mencari solusi dari berbagai masalah yang terjadi pada pengguna kemudian mendiskusikan untuk menghasilkan ide dan solusi yang efisien.

4) Prototype

Proses terjadinya pembuatan rancangan tampilan website yang ingin dibangun kemudian mengimplementasikan ide agar menghasilkan suatu prototype atau produk yang siap diuji. Pada proses ini terdapat 3 tahapan yaitu *wireframe*, *Hi-Fi design*, dan *Developing*.

5) Test

Tes adalah suatu teknik yang digunakan untuk melakukan kegiatan evaluasi, yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan atau rangkaian tugas yang harus diselesaikan atau dijawab oleh peserta.

1.3.2. User Interface

Pengalaman pelanggan tidak terlepas dari user interface (UI), istilah yang merujuk pada tampilan layanan pada saat pelanggan berinteraksi dengan produk atau jasa. Sistem komputer terdiri dari tiga aspek, yaitu perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), dan manusia (*brainware*) yang saling terkait. Menurut Lastiansah (2012) user interface (UI) adalah cara program dan pengguna berinteraksi. UI juga seringkali disebut hubungan manusia dan komputer atau Human Computer Interaction (HCI) di mana semua aspek saling berhubungan. Secara umum, UI atau antarmuka pengguna menggunakan bentuk tampilan grafis

yang berhubungan langsung dengan pengguna serta merupakan bagian dari komputer dan perangkat lunak yang dapat dilihat, didengar, disentuh, atau dimengerti manusia.

Untuk dapat merancang UI secara efektif ada beberapa prinsip umum dalam sebuah interface yang dikemukakan oleh Galitz (2002) dalam *The Essential Guide to User Interface Design*, yaitu; aesthetically pleasing (kenyamanan estetik) yang mendukung pemahaman pesan yang disampaikan; clarity (kejelasan) dimana interface selayaknya jelas secara penampilan visual, konsep, dan susunan kebahasaan yang mencakup elemen visual, fungsi, metafor, kata dan penulisan; comprehensibility (pemahaman) yang meliputi untuk apa, apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, dimana dapat melakukannya, dan mengapa harus melakukan itu dalam sebuah sistem; configurability (kemudahan konfigurasi) untuk menciptakan personalisasi bagi pengguna dengan kemudahan pengendalian fitur; consistency (konsistensi) tampilan interface; *efficiency* (efisiensi) pada penggunaan layanan; familiarity (keakraban) dengan menyesuaikan layanan dengan perilaku pengguna; flexibility (fleksibilitas) dimana layanan merespon perbedaan secara individual; responsiveness (responsivitas) dengan menanggapi segera permintaan pengguna; simplicity (kesederhanaan) dengan tampilan sederhana untuk mengefektifkan dan mengefisiensi penggunaan layanan[4]

1.3.3. User Experience

User experience secara langsung mempengaruhi carapelanggan berinteraksi dengan produk digital dan media online perusahaan Pendekatan yang terorganisir dibutuhkan untuk mengatasi tantangan organisasi dan operasional UX dengan cara mempertimbangkan bagaimana operasi tim UX dalam mempengaruhi pengalaman pelanggan[5]

1.3.4. Desain Responsif

responsive design adalah sebuah teknik yang digunakan desainer website untuk memberikan pengalaman visual yang elegan tanpa mempedulikan ukuran

browser yang digunakan dan batasan apapun tentang cara mengakses perangkat tersebut. Sebuah desain dianggap responsif jika menggunakan tiga poin yaitu grid yang fleksibel, gambar dan media yang fleksibel, dan permintaan media. Dengan menggunakan permintaan media, desainer website dapat menentukan rentang resolusi tertentu sebagai kondisi untuk menggunakan definisi CSS tertentu yang disebut fixed breakpoints. Dengan cara itu, perancang dapat mencocokkan definisi CSS mana yang akan diterapkan untuk resolusi tertentu yang akan menciptakan pengalaman visual yang lebih baik kepada pengguna situs.[6]

1.3.5. Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi Manusia dan Komputer (*Human Computer Interaction*) merupakan suatu disiplin ilmu yang mengajarkan dan mengkaji komunikasi atau interaksi antara pengguna dengan sistem. Tujuan dari Interaksi Manusia dan Komputer (*Human Computer Interaction*) adalah menghasilkan sebuah sistem yang berguna, aman, produktif, efektif, efisien, dan fungsional.[7]

1.3.6. React Js

React adalah open-source library JavaScript deklaratif, efisien dan fleksibel untuk membangun antarmuka pengguna. React memungkinkan untuk membuat user interface yang kompleks dengan set kode kecil yang terisolasi yang disebut "komponen". React JS ini digunakan untuk menangani lapisan tampilan dalam aplikasi satu halaman dan pengembangan mobile application. React JS dikelola oleh facebook, instagram, komunitas pengembang dan korporasi. React berusaha untuk memberikan kecepatan, kesederhanaan, dan skalabilitas.[8]

1.3.7 Next JS

Next js merupakan Framework baru dari ReactJS untuk menangani permasalahan agar dapat membangun sebuah user interface dengan menghemat banyak waktu serta dalam memperbaiki desain website peneliti menggunakan pendekatan style flat design. style flat design dipilih karna style flat design salah satu design yang menekankan unsur minimalis, design dua dimensi (2D) dan perpaduan warna –warna yang cerah.[9]

1.3.8 Usability Testing

Usability merupakan bagian dari keilmuan Human Computer Interaction yang fokus mempelajari design antarmuka dan interaksi antara manusia dengan komputer. Kajian usability ini akan membahas tentang pengalaman pengguna dalam mempelajari dan menggunakan teknologi, aplikasi atau situs web tertentu. Indikator yang ada pada usability juga digunakan untuk mengukur seberapa puas pengguna dalam menggunakan teknologi, aplikasi, atau produk tersebut untuk mencapai goals atau tujuan, dalam hal ini ukuran keberhasilannya dapat dilihat dari seberapa baik sebuah aplikasi atau teknologi dalam memberikan kualitas layanan kepada pengguna. Tidak hanya itu saja tetapi juga seberapa jauh aplikasi atau teknologi dapat mengurangi kemungkinan kesalahan yang terjadi sehingga didapatkan proses pembelajaran dalam menggunakan aplikasi dengan mudah.[10]

1.3.8 System Usability Scale

Metode SUS merupakan alat pengujian usability yang menggunakan 10 buah pertanyaan yang telah ditetapkan sebagai alat ujinya. SUS juga tidak memerlukan jumlah sampel yang banyak sehingga dapat meminimalkan biaya Usability didefinisikan sebagai atribut kualitas yang dapat menilai seberapa mudah antarmuka pengguna digunakan. Hasil dari pengisian kuisisioner selanjutnya direkapitulasi dengan menggunakan metode SUS untuk selanjutnya dianalisa dan dibandingkan hasilnya dengan nilai pada grafik Acceptability, Grade Scale, Adjective Rating serta SUS Skor Percentile Rank. Hasil rekapitulasi dan analisa selanjutnya akan digunakan sebagai bahan evaluasi serta masukan terhadap pengembangan websitetiki-indonesia.ac.id lebih lanjut. SUS adalah alat ukur yang menilai usability suatu produk. Ada beberapa karakteristik dari SUS yang membuat menarik dan berbeda dari kuisisioner lain. Pertama, SUS terdiri dari sepuluh pertanyaan, sehingga relatif cepat dan mudah bagi responden untuk menyelesaikan. Kedua, SUS menggunakan teknologi agnostik, yang berarti dapat digunakan secara luas dan mengevaluasi hampir semua jenis interface, termasuk

website, smartphone, respon suara interaktif (IVR), systems (touch-tone dan speech), TV, dll. Ketiga, hasil kuesioner adalah nilai tunggal, mulai dari skor 0 sampai 100, dan relatif mudah dipahami oleh berbagai disiplin, baik individu maupun kelompok.[11]

1.3.7 Simbolis Warna

Warna adalah atribut desain yang sangat penting karena diterapkan ke dalam elemen desain untuk membangun kesan di benak audiens. Kesan terbentuk karena warna memberikan reaksi khusus pada otak manusia.[12] Warna menjadi faktor penentu keberhasilan desain UI ketika terjadi interaksi dengan audiens. Penerapan warna menciptakan keindahan apabila berpedoman pada prinsip desain. Setiap warna memiliki arti serta pengaruhnya terhadap psikologis manusia.[13] Adapun arti dari setiap warna seperti berikut:

Merah

diasosiasikan dengan api, darah, sex. Positifnya yaitu semangat, cinta, darah, energi, antusiasme, panas, kekuatan. Sementara, negatif yaitu agresif, kemarahan, perang, revolusi, kejajaman, ketidaksopanan. Efek pada produk adalah warna yang dominan, berkesan kecepatan dan aksi, menstimulasi detak jantung, nafas, dan nafsu makan

Kuning

Kuning diasosiasikan dengan sinar matahari. Positifnya yaitu intelek, kebijaksanaan, optimisme, cahaya, kegembiraan, idealisme. Sementara, negatifnya yaitu kecemburuan, pengecut, ketidakjujuran, waspada. Efek pada produk, yaitu warna yang paling menarik perhatian, lebih terang dibanding warna putih, melambangkan kecepatan dan metabolisme, menyakitkan mata, warna kuning muda dapat menambah konsentrasi.

Biru

Biru diasosiasikan dengan laut dan langit. Positifnya yaitu pengetahuan, kesejukan, kedamaian, maskulin, kontemplasi, kesetiaan, keadilan, intelektual. Sementara,

negatifnya adalah depresi, dingin, kelesuan. Efek pada produk warna biru pada makanan sangat jarang karena dianggap dapat merusak selera makan, menyebabkan tubuh memproduksi rasa tenang dan santai, beberapa orang mengatakan merasa lebih produktif di dalam ruangan berwarna biru, warna biru pada seragam menyimbolkan kesetiaan dan kepercayaan.

Hijau

Hijau diasosiasikan dengan tumbuhan, natural, lingkungan. Sisi positifnya adalah kesuburan, uang, pertumbuhan, penyembuhan, kesuksesan, natural, harmoni, kejujuran, muda. Negatifnya bisa berarti rakus, iri, muak, racun, kerusakan karena lumut, tidak berpengalaman. Efek pada produk di antaranya adalah warna yang 'ramah' terhadap mata, menyejukkan dan menenangkan.

Ungu

Ungu diasosiasikan dengan keagungan, spiritualitas. Sisi positifnya adalah kemewahan, kebijaksanaan, imajinasi, keajaiban, tingkatan, inspirasi, kekayaan, penghargaan, mistik. Negatifnya bisa berarti kekejaman, berlebihan. Efek pada produk yaitu ungu memberikan kesan feminin dan romantis

Hitam

Hitam diasosiasikan dengan malam dan kematian. Positifnya adalah kekuatan, kekuasaan, berat, kemewahan, elegan, formal, serius, bergengsi, kesunyian, misteri. Efek pada produk adalah pakaian berwarna hitam membuat seseorang terlihat kurus, warna hitam membuat warna lain terlihat lebih terang, pada terapi psikis, warna hitam memberi efek meningkatkan kepercayaan diri dan kekuatan, diasosiasikan dengan kerahasiaan