

Desain Aplikasi Pemesanan Event Organizer “Evoria” dengan Pendekatan User-Centered Design

Muhammad Rasyid Shadiq, Beni Susanto, Irving V. Papatungan
Jurusan Informatika
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
16523183@students.uui.ac.id

Abstrak– Artikel ini menjabarkan perancangan sebuah aplikasi bernama Evoria untuk memudahkan *event organizer* maupun para pengguna jasanya saling bertukar informasi. 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. 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* yang mendapatkan hasil akhir yaitu *prototype*.

Kata Kunci–*Event organizer; Desain; User-Centered Design*

I. PENDAHULUAN

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.[1] Secara umum, biaya tersebut akan dicanangkan untuk pelaksanaan kegiatan yang diprakarsai oleh beberapa vendor maupun *event organizer* terpilih.

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 *Calendar Event Organizer* (CEO) bahwa terdapat 200 kegiatan resmi pemerintah di tahun 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.[2] Akumulasi dari rangkaian acara tersebut perlu ditarik ke dalam satu wadah yang komprehensif dan ditangani oleh tenaga vendor yang profesional.

Pencarian hingga pemesanan *event organizer* di era digital dihadapkan oleh rumitnya proses membandingkan harga, regulasi kontrak kerja, dan fasilitas acara [3] 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. Pengguna sering hanya mengandalkan akumulasi dari review terhadap beberapa *event organizer* untuk memperoleh penilaian yang objektif.[4] Padahal tiap vendor dapat mendaftarkan instansi tanpa persyaratan, seleksi, maupun kontrol yang tepat. Hal tersebut berimplikasi pada maraknya kemunculan polemik antar

pengguna jasa dan vendor *event organizer* yang tidak terstandar. Nihilitas standarisasi pada sektor aplikasi vendor turut berimplikasi pada ketiadaan kontrol harga penyedia jasa organizing hingga penurunan intensitas transaksi via media sosial dan aplikasi [5].

Berangkat dari permasalahan yang disebutkan diatas, sebuah konsep aplikasi pemesanan *event organizer* bernama “Evoria” dikembangkan. Evoria datang sebagai *online platform* berbasis web untuk memasarkan jasa dan portofolio para EO dan menghubungkan EO dengan masyarakat yang ingin menggunakan jasa EO untuk kebutuhan acaranya. Manusia senang berbagi pengalaman atau kesan mereka, dan hal itu mengandung informasi yang dibutuhkan untuk dikembangkan menjadi solusi.[6] Artikel ini menjabarkan perancangan aplikasi tersebut menggunakan pendekatan UCD yang berfokus pada *user need*. Variabel-variabel yang berpengaruh juga dielaborasi dan dijabarkan secara lebih detail dalam artikel ini. Tawaran konkret berupa platform “Evoria” menjadi media yang tepat bagi calon pemesan jasa *event organizer* untuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan calon pemesan dalam menentukan EO terbaik [7].

II. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian yang membahas tentang mendesain atau mendesain ulang sebuah aplikasi telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti atau desainer yang berfokus pada *User Experience* (UX). Minjoo Yang (2018) mencoba redesign aplikasi belanja daring “Shopee” sebagai *e-commerce* yang terkenal dengan tingkat penjualan produk dengan harga di bawah standar pasar *e-commerce* pada umumnya. Yang menyebut perlu membuat pengalaman jual-beli dalam aplikasi dengan aksesibilitas tinggi untuk pengguna dan melakukan penelitian dengan tiga tahap antara lain *discover*, *design*, *testing*. Lewat proses *discover*, Yang menemukan beberapa *pain point* yang ditemukan dari hasil *interview*, *online review* dan *usability testing*. *Search bar* yang terlalu kecil dan susah untuk ditekan ketika ingin mencari suatu barang, ukuran *banner* yang tidak sama dengan yang lain sehingga membuat aplikasinya terlihat ramai.[8] Setelah melakukan desain ulang berdasar *pain points* yang ditemukan dari fase *discover* dan melakukan validasi kembali ke responden, kepuasan dan kemudahan bagi pengguna dapat ditemukan.[9]

Berbeda dengan *e-commerce*, sebuah studi kasus aplikasi perancangan pernikahan ditulis oleh Marina Yalanska dan Olga Popova dalam “Tubik Blog”. Dengan kemudahan teknologi saat ini, mereka memberikan gambaran bagaimana sebuah aplikasi perencanaan pernikahan dapat ditampilkan dengan sederhana tanpa melupakan sisi fungsionalitasnya. Olga Popova, desainer *User Interface* (UI) Tubik membuat solusi antarmuka untuk aplikasi *Wedding Planner*, sebuah asisten virtual untuk mereka yang ingin memiliki pernikahan yang terorganisir dengan baik dan sempurna. Fokus dari aplikasi ini adalah tidak melupakan detail yang dapat

merusak perayaan pernikahan. Sehingga memungkinkan pengguna untuk merencanakan *task* dan menandai *task* tersebut dengan mudah dan cepat. Yalanska dan Popova mengedepankan kebutuhan pengguna yang disesuaikan dengan kemampuan teknologi dan usia target user agar fungsi dan operabilitas dapat dijalankan dengan mudah.[10]

Yalanska dan Popova sadar bahwa mayoritas pengguna jasa *wedding planner* adalah perempuan. Pertimbangan tersebut menjadi landasan dalam desain antarmuka dari aplikasi ini. Sehingga, untuk menarik perhatian pengguna, mereka melibatkan perasaan *user* dengan menentukan *color palette* dari aplikasi yaitu menggunakan kombinasi warna yang lembut. Hal ini juga ternyata berguna untuk mengatur suasana hati dan tema pernikahan bagi pemesan.[11] Selain itu, aplikasi ini merupakan wadah perencanaan sehingga tiap *task* dan perencanaan disusun rapi dan diurutkan berdasarkan hari. Kemudahan juga terlihat dari pengguna yang dapat menandai *task* atau rencana mereka selesai atau tidak dengan menggunakan tanda centang. Hal lain yang memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi adalah tiap kategori ditandai dengan *icon*, sehingga *user* dapat dengan mudah mengenali dan memindai apa yang harus mereka lakukan pada hari tersebut seperti bertemu dengan *fotografer*, memesan bunga atau menentukan jasa *catering* makanan. Pendekatan ini meningkatkan kegunaan dan menjadi dasar untuk mendapatkan pengalaman pengguna atau *user experience* yang positif. [12]

Adapun studi kasus lain seperti Sprout Events, sebuah aplikasi yang dapat memudahkan *freelancers* untuk memilih pekerjaan dan proyek yang bersifat sementara, sementara perusahaan yang memilih *freelancer* tersebut untuk dikontrak dalam jangka pendek. Grace Ng dan Fatimah Yasin sebagai *UI lead* dalam proyek ini menggunakan pendekatan *design thinking* dalam proses mendesain UX. Tahapan dari *design thinking* terdiri dari *research, planning, design, prototyping dan testing*. Pada tahap *research*, mereka memulai dengan survei untuk mengetahui bagaimana perusahaan dapat menemukan staf atau karyawan mereka. Hal terpenting dalam survei yaitu peneliti UX juga harus mengamati perilaku target *user* secara *real time*. Selanjutnya, untuk mendapatkan demografi yang secara maksimal, peneliti turut melakukan wawancara. Data yang terkumpul diolah dengan *affinity diagram* untuk mengkategorisasikan informasi menjadi bagian-bagian kecil agar dapat menganalisis data dengan lebih baik. [13]

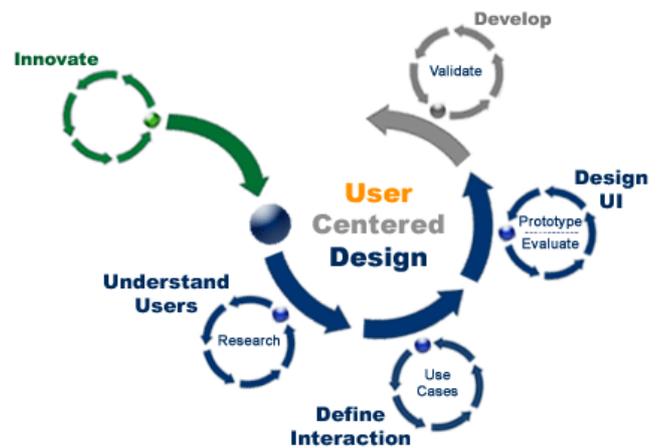
Grace Ng dan Fatimah Yasin juga membuat *storyboard* dan *customer journey map* untuk mengilustrasikan aspek yang berbeda-beda dari tiap persona. Dengan adanya *storyboard* dan *customer journey map*, maka fitur pada aplikasi dapat lebih mudah untuk ditentukan. Pada tahap *design*, tujuan utamanya adalah membuat desain yang mudah dipahami dan digunakan serta *prototype* yang efisien. Maka dari itu, *design prototype* diawali dengan *paper prototyping*, lalu diterjemahkan menggunakan *mid-fidelity prototype*. Terakhir adalah tahap *testing* yang berguna untuk menerima umpan balik dari pengguna. Tahap ini dapat merangkum kekurangan aplikasi dari berbagai macam aspek seperti penggunaan *flag*, pemilihan *card* dalam antarmuka, menentukan pembayaran dan pemberian *rating*. [14]

Berdasarkan pada sejumlah studi secara kolektif, disimpulkan bahwa tiap pendekatan yang digunakan oleh para desainer dalam bidang UI/UX akan mengutamakan *user needs* sehingga ketika membuat sebuah desain akan menghasilkan desain yang sesuai dengan apa yang pengguna butuhkan. Salah satu produk yang sukses menggunakan

pendekatan *User Centered Design* (UCD) adalah Microsoft. Sejak masa awal pembentukan perusahaan, Microsoft dibangun dengan visi mengembangkan teknologi yang berfokus pada kenyamanan dan keamanan pengguna [15]. Berangkat dari kesadaran tersebut, penulis mengaplikasikan pendekatan UCD yang memprioritaskan *user needs* lewat sejumlah tahapan *identifying* [7]. Proses ini terbagi menjadi beberapa tahapan, antara lain diskusi tim, analisis, wawancara, dan *strategi generatif*. [16]

III.METODE PENELITIAN

Pendekatan UCD akan digunakan sebagai dasar rancangan aplikasi Evoria. Menurut Garrett (2005), UCD merupakan tahapan sistematis yang berfokus pada keinginan dan tingkah laku pengguna dalam proses penciptaan produk desain untuk meningkatkan taraf utilitas dan aksesibilitasnya [3]. Pembentukan aplikasi “Evoria” berangkat dari sebuah observasi pada sejumlah transaksi pemesanan vendor di aplikasi daring dan luring yang menghadapi sejumlah permasalahan semisal minimnya kenyamanan pengguna, keamanan transaksi. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam UCD dapat dilihat pada skema sebagai berikut:

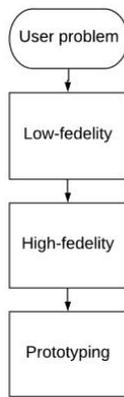


Gambar 1. The SAP User-Centered Design Process[17]

Sebagaimana terlihat dalam gambar 1, skema proses *user-centered design* terbagi ke dalam beberapa langkah, antara lain; Tahapan pertama yaitu *understand user*. Upaya memahami keinginan pengguna beserta permasalahan yang mereka hadapi ditelusuri melalui riset yang dibagi ke dalam beberapa metode yakni *observasi*, wawancara, dan *kuisisioner*. Wawancara dilakukan dengan responden pelaku usaha *event organizer* [13] [14], sedangkan kuisisioner diisi oleh 52 informan dengan mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa.

Tahapan kedua, *define interaction*. Penulis melakukan diskusi kolektif dalam tim (*brainstorming*) guna memecahkan masalah dari hasil *reseach* dari calon pengguna dan menentukan masalah yang akan dikembangkan menjadi fitur.

Tahapan ketiga adalah *prototyping* yang terlihat pada gambar 2. Pada tahapan ini, penulis melakukan proses desain UI dengan melakukan secara *low-fidelity* yaitu menggambarkan pola dasar pada kertas menggunakan pena lalu berlanjut dengan *high-fidelity* menggunakan *design tools* “Adobe XD” dan proses *prototyping* menggunakan Marvel app. Proses desain tersebut menyesuaikan dengan kebutuhan fungsional ataupun non-fungsional bagi pengguna sebagai solusi dari sistem yang dibangun [15]. Tahapan tersebut diteruskan yakni evaluasi desain.



Gambar 2. Alur *prototyping*

Tahapan keempat adalah *validate*. Setelah proses *prototyping*, penulis menguji hasil desain yang dianggap telah sesuai dengan keinginan pengguna berupa melakukan *testing* kepada tujuh responden dan anggota tim sebanyak tiga orang. Pengujian tersebut dilakukan untuk mengukur taraf ketertarikan antara desain sistem dengan kebutuhan dari calon pengguna.[16] Setelah produk desain purwarupa telah memenuhi ekspektasi ketujuh narasumber dari aspek aksesibilitas dan utilitasnya, maka tahapan berlanjut pada proses pengembangan aplikasi (*system developing*).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evoria adalah *online* platform berbasis web yang memasarkan EO dan menghubungkan mereka dengan calon pengguna. Bagian ini membahas skema yang dilakukan dalam penelitian dan pengembangan aplikasi berbasis UCD dalam sejumlah tahapan, antara lain:

A. Understand Users

Pada tahapan pertama penulis melakukan *observasi* dengan menyebarkan kuisioner dan wawancara secara langsung dengan penggiat *event organizer*. Kuisioner yang disebarkan mendapatkan 52 responden yang kebanyakan mengatakan bahwa sulit mencari informasi seputar *event organizer* karena belum terpusat seperti mencari hotel, sulit mencari EO yang jujur dan terpercaya kualitasnya, tidak tertera *range* harga yang jelas di *platform* media sosial dan harus menyimpan *contact person* tiap-tiap vendor untuk mempertanyakan kejelasannya. Penulis turut menerima sejumlah saran pengembangan dari 52 koresponden antara lain pencarian sesuai lokasi, kategori, kalender ketersediaan waktu EO.

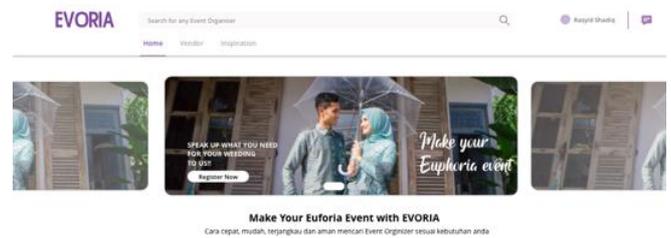
Detail informasi dan portofolio dari EO dan ditampilkan harga paten tiap paket yang ditawarkan. Halaman yang menampilkan *inspiration* kegiatan atau perayaan pernikahan serta menyediakan bacaan seputar *tips and trik* memilih vendor.

Hasil wawancara yang penulis lakukan kepada sejumlah penggiat EO menunjukkan bahwa terdapat beberapa tantangan yang turut mereka hadapi dalam menampilkan portofolio dan memasarkan produk. Data tersebut, baik dari calon pengguna jasa maupun dari penyedia jasa EO, akan diproses pada tahapan lanjutan yakni *define interaction*.

B. Define Interaction

Pada tahapan ini, penulis melakukan analisis secara kolektif guna memecahkan permasalahan yang dihadapi calon pengguna jasa maupun penyedia jasa. Pada bagian “*home*”, aplikasi akan menampilkan sejumlah opsi preferensi calon pengguna dengan *profiling*. *Profiling* bertujuan untuk

menganalisis halaman tema dan konten dalam halaman “*home*” dalam segi UX guna menyesuaikan antara kebutuhan calon pengguna. Fitur tersebut diharapkan mampu memudahkan calon pengguna dalam pemesanan sebab konten yang ditampilkan di dalamnya adalah “*what you need*” bukan “*all you need*”.



Gambar 3. *Prototype home* Evoria.

Penulis menampilkan informasi, portofolio, *pricelist* dan paket harga yang ditawarkan EO di tiap profil dan fitur negosiasi dalam bentuk ruang chat. Fitur tersebut dibuat untuk meningkatkan kredibilitas EO dan memberikan rasa aman bagi calon pemesan jasa. Aplikasi turut menyediakan fitur “*inspiration*” guna memantik ide calon pemesan jasa EO dalam rangka memaksimalkan kualitas acara.

Warna dasar yang akan dikembangkan adalah warna ungu dan merah muda karena akan membuat kesan keseruan dalam membuat sebuah acara. Kami juga menerapkan *clean design* dan *neomorphism* pada *background* dan *cards*. Hal itu bertujuan untuk membuat mata pengguna menjadi nyaman ketika menggunakan aplikasi.

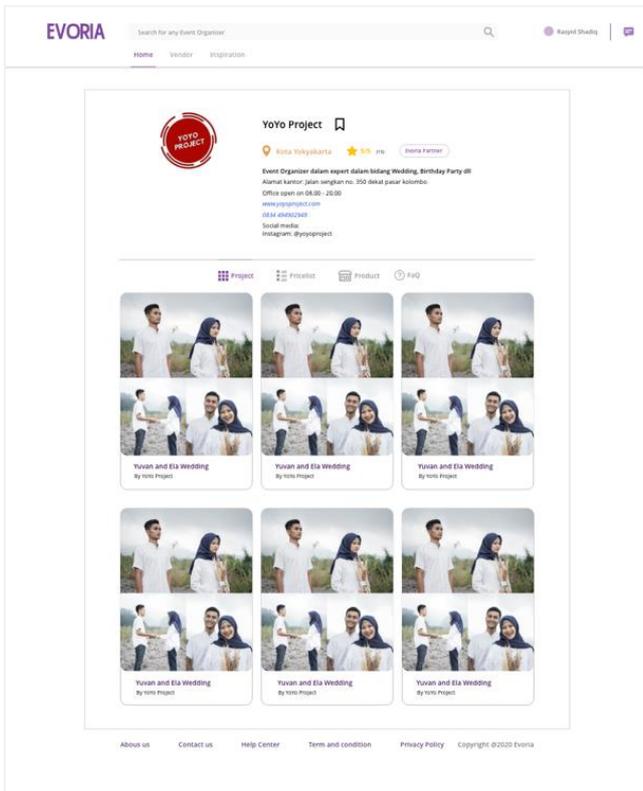
C. Prototyping

Pada tahapan ketiga yaitu proses desain UI menggunakan *design tool* “Adobe XD”. Purwarupa laman beranda, sebagaimana terlihat pada gambar 3 berisi *header*. *Header* diisi dari bagian kiri ke kanan adalah logo dari “Evoria”, tombol *search* pada bagian tengah untuk mencari *event organizer* yang dibutuhkan oleh calon pengguna, foto profil dan nama pengguna dan ketika diklik akan muncul pop up yang menampilkan profil pengguna, *icon chat* untuk melihat *inbox* pesan yang ada antara pengguna dengan EO, bagian bawah tombol *search* ada menu dari aplikasi yaitu *home*, *vendor*, *inspiration*.

Pada tampilan *home* dimulai dari atas ke bawah ada *carousel* yang berisi promo-promo dari Evoria, setelah *carousel* promo ada slogan dari Evoria. Lalu dibawahnya ada *section flash sale*, *section* ini berisi potongan harga dari paketan yang EO dengan yang ditampilkan dengan waktu hitung mundur sebagai pengingat waktu *flash sale* berlangsung, lalu ada *card* yang berisi foto, kota, nama paketan, nama EO, potongan harga, *rating* dan *review*, dan rencana keterangan Evoria partner. *Section flash sale* ini menggunakan *background* merah muda ditambah ornamen kotak dan lingkaran untuk membuat *section* ini terlihat *eye catching*.

Kemudian, aplikasi menyediakan fitur *section profiling*. Bagian ini berfungsi untuk mengetahui minat dan kebutuhan pengguna yang ditampilkan di halaman *home* masing-masing pengguna. Jadi yang akan muncul di halaman mereka adalah yang mereka butuhkan dan tidak terkesan ramai. Bagian ini juga dilakukan ketika pertama kali membuka website Evoria pada *landing space* untuk mengetahui ketertarikan mereka saat pertama kali menggunakan Evoria dan bisa mengatur kembali pada beranda.

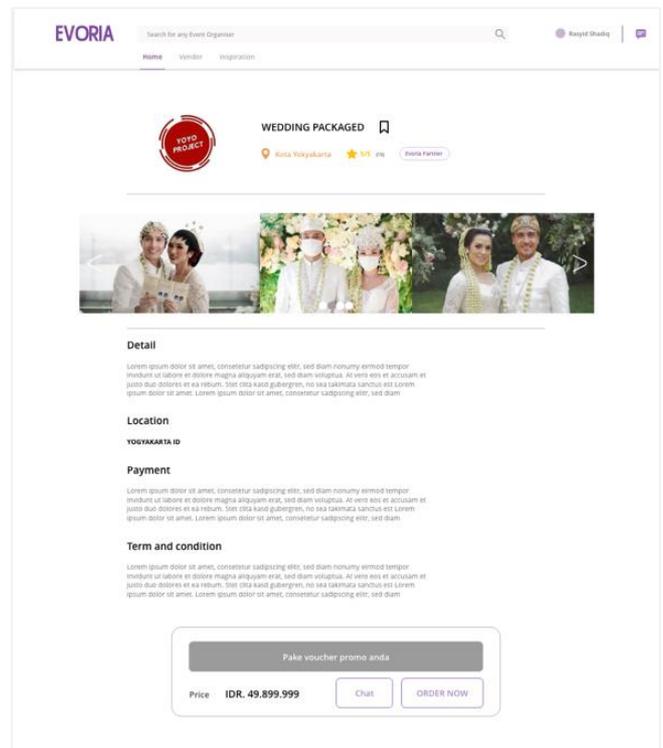
Selanjutnya adalah *section* yang akan muncul berdasarkan dari hasil *profiling* pengguna, pada kali ini yang ditampilkan adalah *section wedding event organizer*. *Section* ini berisi EO yang paling sering dicari dan memiliki *rating* yang bagus, ada tombol *see more* yang ketika diklik akan menuju tab baru yang berisi kumpulan *wedding event organizer* dan ini terdapat pada menu halaman vendor. Selanjutnya adalah *section* yang berisi informasi tentang Evoria yang ditampilkan dengan 3 kotak berjejer. Informasi ini sebagai pengenalan apa aja yang bisa dilakukan pengguna Evoria. *Section* selanjutnya adalah *Birthday party event organizer* dan *engagement event organizer*. Bagian ini memiliki kesamaan dengan *section wedding event organizer* dan juga muncul sesuai *profiling* pengguna. *Section* terakhir adalah penutup dari halaman *home* yang berisi *about us*, *contact us*, *help center*, *term and condition*, *privacy policy*, dan *copyright*.



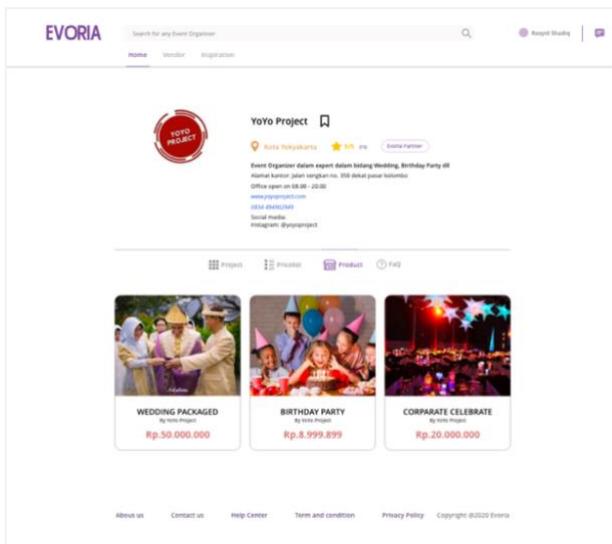
Gambar 4: *Prototype* profil EO.

Terlihat di gambar 4, *prototyping* profil *event organizer* menampilkan sejumlah fitur semisal logo dan informasi perusahaan yang disertai dengan empat fitur yaitu “*project*”, “*pricelist*”, “*product*” dan “*FaQ*”. Halaman ini menampilkan konten dari “*menu project*”, “*menu pricelist*”, dan “*menu product*” sebagaimana tertera dalam gambar 5.

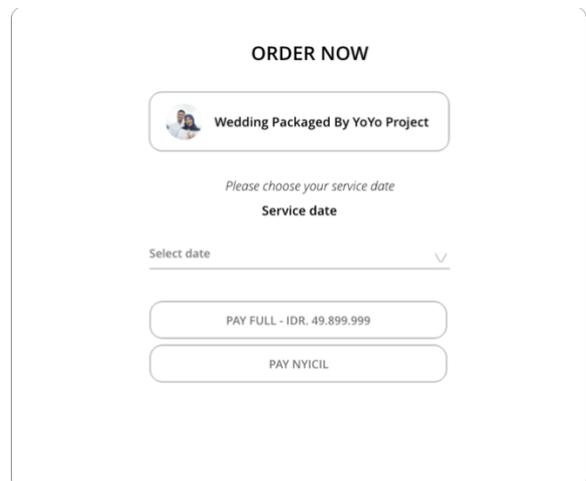
Pada gambar 6, *prototyping* “*detail product*” menampilkan sejumlah gambaran paket acara, detail penawaran dalam paket, lokasi dan jenis pembayaran yang disertai dengan syarat dan ketentuan pemesan. Fitur ini turut menyediakan *box* yang berisi tombol promo, harga, tombol *chat* agar pengguna bisa bertanya-tanya langsung dengan pihak EO, dan tombol *order now*. Jika tombol *order now* dipilih maka akan muncul *pop up* formulir untuk melakukan *order* seperti pada gambar 7. *Prototype* formulir *order* menampilkan sebuah *box* yang berisi nama paket yang akan dipesan, pengguna memilih tanggal acara, lalu memilih pembayaran.



Gambar 6: *Prototype* detail *product*.



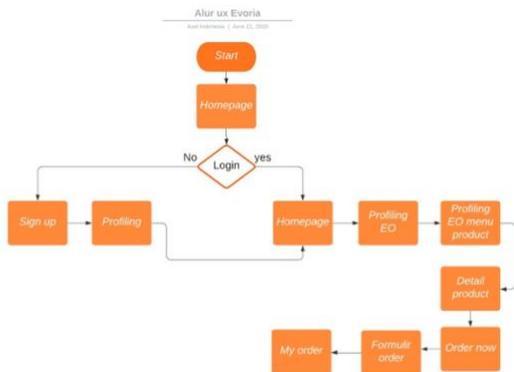
Gambar 5: *Prototype* profil EO menu *product*.



Gambar 7: *Prototype* formulir *order*.

Alur proses UX dapat dilihat pada gambar 8. Tahap pertama diibaratkan pengguna sudah berada pada beranda aplikasi. Pada halaman ini pengguna bisa menggunakan aplikasi tanpa harus *login* terlebih dahulu. Akan tetapi jika pengguna ingin menghubungi atau memesan peketan EO maka harus *login* dan akan diarahkan ke halaman membuat akun lalu mengisi *profiling* dan akan kembali ke halaman beranda. Ketika pengguna memilih salah satu EO pada beranda maka akan menuju halaman profil EO yang dituju.

Setelah memasuki halaman profil EO, pengguna dapat melihat keterangan, alamat, kontak dari EO, portofolio, *pricelist*, *product* dan *FaQ*. Diibaratkan pengguna menuju ke halaman *product* dan memilih paket, maka tampilan akan menuju ke *detail product* yang berisi info detail dari paket tersebut, lokasi, pembayaran dan *term and contidition*. Lalu pengguna bisa menghubungi pihak EO dengan tombol *chat* yang ada untuk melakukan *dealing* atau menanyakan sesuatu. Dan jika sudah ingin memesan *product* maka akan muncul *pop up* formulir untuk memesan. Setelah melakukan pembayaran, pengguna akan diarahkan ke bagian “*my order*” yang berisi informasi terkait pesanan yang telah ditentukan sebelumnya sembari memantau progres pemesanan.

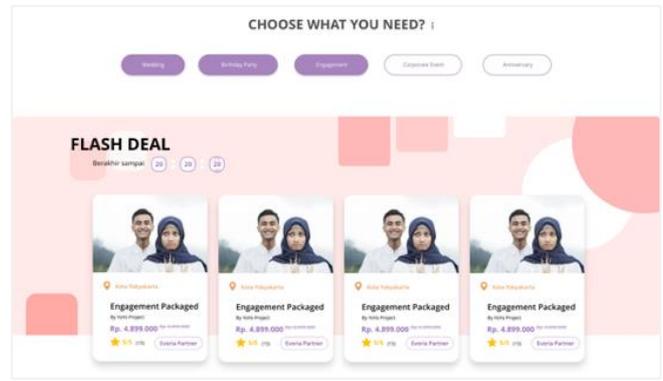


Gambar 8: Alur UX pada Aplikasi “Evoria”

D. Validate

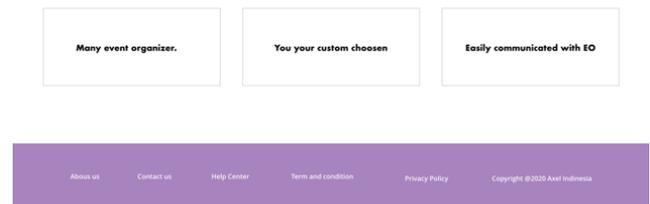
Proses *validate* pada tahap ini adalah melakukan *testing*. Testing dilakukan dengan internal tim dan 7 orang responden dengan metode *usability testing* yaitu pengguna mencoba langsung aplikasi berupa *prototyping* dengan menggunakan Marvel app. Setelah itu responden menyampaikan respon, kesan dan sarannya. Beberapa masukan penulis dapatkan yaitu; Pertama, *section profiling* dalam bagian beranda tidak mendapatkan *spotlight* karena mata pengguna akan langsung menuju *section flash sale*. *Section* informasi Evoria lebih baik berada di bawah karena mengganggu kenyamanan pengguna ketika melihat rekomendasi EO. Judul tulisan tiap *section* kurang besar dan tidak terlihat seperti judul, *section* bagian penutup lebih baik menggunakan *background* warna agar terlihat sebagai penutup halaman;

Kedua, penambahan fitur *chat* pada halaman profil EO untuk memudahkan pengguna menanyakan langsung ke pihak EO. Ketiga yaitu menu *pricelist* dan *product* bisa menjadi satu bagian karena isi konten yang sama.



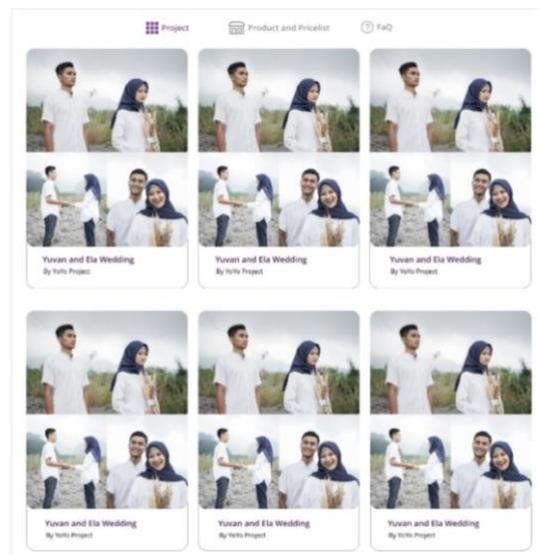
Gambar 9: Section “Flash Deal”

Hasil perbaikan *prototype* berdasarkan saran dan masukan dari tujuh responden dan internal tim, antara lain; Pertama, mengubah *layout* tampilan UI pertama pada *section profiling* dinaikan di bawah *carousel* promo dan memperbesar ukuran tulisan “*Flash Deal*” dari skala 40 menjadi 50 sebagaimana terlihat di gambar 9. Pengembangan lain juga dilakukan pada bagian “informasi aplikasi” ke bagian paling bawah pada tampilan “*home*” dan memisahkan warna latar bagian tersebut dibanding dengan bagian “*konten*” menjadi warna biru seperti pada gambar 10.



Gambar 10: Bagan informasi tentang aplikasi.

Kedua, menambahkan fitur *chat* pada halaman *profile* EO dan menjadikan satu bagian pada bagan “*pricelist and product*” seperti pada gambar 11. Saran dan masukan yang diperoleh dari para tester UX meningkatkan taraf utilitas dan aksesibilitas pada aplikasi Evoria. Sesaat setelah pengguna memasuki beranda, aplikasi akan langsung menampilkan bagian *profiling* yang diatur kembali yang memudahkan dalam mengakses apa yang mereka inginkan. Pada halaman *profile* EO dengan adanya tambahan fitur *chat* akan memudahkan pengguna ketika ingin menanyakan sesuatu ketika kebingungan.



Gambar 11: “Project”, “Pricelist and Product”, dan “FAQ” dalam Profil EO

V.KESIMPULAN

Berbekal pada pendekatan *user-centered system design*, proses pembuatan desain dan *prototyping* UI untuk aplikasi "Evoria" dapat dengan cepat dibuat dan diujikan karena setiap tahapan memerlukan *feedback* sehingga dapat melakukan perbaharuan sesuai dari kebutuhan pengguna. Aplikasi ini pun dibangun dengan prinsip desain UX yang ramah terhadap *demand* pengguna yang disertai dengan kustomisasi persona yang tepat. Hasil dari penerapan alur *prototyping* berupa purwarupa aplikasi "Evoria" dengan tambahan fitur *chat* dan perubahan tata peletakan *section* pada bagian *home* yang membuat pengalaman pengguna lebih nyaman. Harapan untuk pengembangan selanjutnya aplikasi Evoria disajikan pada platform berbasis *mobile* guna untuk memberikan pengalaman pengguna ketika menggunakan aplikasi lebih nyaman, mudah dan bisa diakses di mana saja. Terdapat pula penambahan fitur-fitur seperti filter *search* berdasarkan harga, tempat dan tanggal untuk memudahkan pengguna mencari apa yang mereka inginkan. Setelah melalui fase desain berbasis *user-centered system design*, aplikasi Evoria akan melalui tahapan pengembangan web lanjutan berupa pembangunan sistem yang akan dibahas secara terpisah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bride Story, "Indonesia Wedding Industry Report," *Ide Pernikahan*, Mar 12, 2018. <https://www.bridestory.com/id/blog/2017-indonesia-wedding-industry-report-by-bridestory> (diakses Apr 10, 2020).
- [2] T. Kunert, *User-Centered Interaction Design Patterns for Interactive Digital Television Applications*. New York: Springer Science & Business Media, 2009.
- [3] J. J. Garrett, *The Elements of User Experience: User-centered Design for the Web*. New Riders, 2003.
- [4] O. C. Santos, J. G. Boticario, dan D. Pérez-Marín, "Extending Web-Based Educational Systems with Personalised Support Through User Centred Designed Recommendations Along the E-Learning Life Cycle," *Science of Computer Programming*, vol. 88, hlm. 92–109, Agu 2014, doi: 10.1016/j.scico.2013.12.004.
- [5] D. A. Norman dan S. W. Draper, *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*. United State of America: CRC Press LLC, 2018.
- [6] F. E. Ritter, G. D. Baxter, dan E. F. Churchill, *Foundations for Designing User-Centered Systems: What System Designers Need to Know about People*. New York: Springer Science & Business Media, 2014.
- [7] K. Hans-Ruediger, *Handbook of Research on Managing and Influencing Consumer Behavior*. United State of America: IGI Global, 2014.
- [8] R. R. Johnson, *User-Centered Technology: A Rhetorical Theory for Computers and Other Mundane Artifacts*. New York: Suny Press, 1998.
- [9] M. Yang, "UI/UX Case Study: Shopee," *Medium*, Des 06, 2018. <https://blog.prototypr.io/ui-ux-case-study-shopee-ba6907b743cb> (diakses Mei 03, 2020).
- [10] M. Yalanska dan O. Popova, "Case Study: Wedding Planner. UI Design Concept," *Tubik Blog: Articles About Design*, Jan 06, 2017. <https://blog.tubikstudio.com/case-study-wedding-planner-ui-design-concept/> (diakses Mei 03, 2020).
- [11] A. Ferreira, "Aesthetics and Cultural Imperatives," dalam *Universal UX Design*, A. Ferreira, Ed. Boston: Morgan Kaufmann, 2017, hlm. 95–128.
- [12] S. Yaman, F. Fagerholm, M. Munezero, T. Männistö, dan T. Mikkonen, "Patterns of User Involvement in Experiment-Driven Software Development," *Information and Software Technology*, vol. 120, hlm. 106244, Apr 2020, doi: 10.1016/j.infsof.2019.106244.
- [13] M. Ozkaynak, B. Reeder, S. Y. Park, dan J. Huh-Yoo, "Design for Improved Workflow," dalam *Design for Health*, A. Sethumadhavan dan F. Sasangohar, Ed. New York: Academic Press, 2020, hlm. 251–276.
- [14] A. Agrawal, "Sprout Events: A UX/UI Case Study," *Medium*, Mar 14, 2019. <https://uxdesign.cc/sprout-events-a-ux-ui-case-study-beb423feb7a2> (diakses Mei 03, 2020).
- [15] D. Burkhardt, S. Pattan, K. Nazemi, dan A. Kuijper, "Search Intention Analysis for Task-and User-Centered Visualization in Big Data Applications," *Procedia Computer Science*, vol. 104, hlm. 539–547, Jan 2017, doi: 10.1016/j.procs.2017.01.170.
- [16] J. Kontio, J. Bragge, dan L. Lehtola, "The Focus Group Method as an Empirical Tool in Software Engineering," dalam *Guide to Advanced Empirical Software Engineering*, F. Shull, J. Singer, dan D. I. K. Sjøberg, Ed. London: Springer, 2008, hlm. 93–116.
- [17] "The SAP User-Centered Design (UCD) Process." User Experience (Ux), Desain and Research Methodology, Agu 24, 2006, [Daring]. Tersedia pada: <https://archive.sap.com/documents/docs/DOC-4025>.
- [18] H. Bhatnagar, "User-experience and patient satisfaction with quality of tuberculosis care in India: A mixed-methods literature review," *Journal of Clinical Tuberculosis and Other Mycobacterial Diseases*, vol. 17, hlm. 100127, Des 2019, doi: 10.1016/j.jctube.2019.100127.
- [19] J. Jalava-Broman, N. Junttila, L. Sillanmäki, J. Mäkinen, dan P. Rautava, "Psychological behavior patterns and coping with menopausal symptoms among users and non-users of hormone replacement therapy in Finnish cohorts of women aged 52–56 years," *Maturitas*, vol. 133, hlm. 7–12, Mar 2020, doi: 10.1016/j.maturitas.2019.12.009.
- [20] J. Renaud, R. Houssin, M. Gardoni, dan N. Armaghan, "Product Manual Elaboration in Product Design Phases: Behavioral and Functional Analysis Based on User Experience," *International Journal of Industrial Ergonomics*, vol. 71, hlm. 75–83, Mei 2019, doi: 10.1016/j.ergon.2019.02.003.
- [21] V. V. Abeele, K. Spiel, L. Nacke, D. Johnson, dan K. Gerling, "Development and Validation of the Player Experience Inventory: A Scale to Measure Player Experiences at the Level of Functional and Psychosocial Consequences," *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 135, hlm. 102370, Mar 2020, doi: 10.1016/j.ijhcs.2019.102370.