

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Sistematika Perancangan**

Perancangan ini menggunakan metode *design thinking*. *Design thinking* diciptakan oleh David Kelly dan Tim Brown. *Design thinking* merupakan suatu siklus berulang yang bertujuan untuk memahami kebutuhan pengguna, menguji asumsi, menetapkan kembali permasalahan, dan menciptakan solusi inovatif yang dapat diuji menggunakan *prototype* (Dam & Siang, 2023). Menurut Stanford's Hasson-Platner Institute of Design dalam Azmi, Kharisma, Akbar (2019), *design thinking* dibagi menjadi lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut tahapan yang dilakukan pada perancangan ini, yaitu:

1. *Emphatize*

Penulis menggunakan penelitian metode campuran. Metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang menggabungkan hasil data kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner, wawancara, dan observasi (Soewardikoen, 2023). Untuk mencari data pendukung, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan menggunakan studi literatur.

Pada tahap ini, penulis menentukan latar belakang dan permasalahan yang akan menjadi dasar perancangan. Perancangan aplikasi "Ngebajaj" didasari oleh tingginya wisatawan dan mobilitas di Jakarta. Hal tersebut menjadi dasar pada perancangan ini. Penulis melakukan observasi dan wawancara kepada pengemudi bajaj mengenai penumpang dan pendapat pengemudi bajaj jika hadirnya aplikasi *online* sebagai alat pemesanan bajaj. Hal tersebut, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa penumpang bajaj terbagi menjadi dua segmentasi usia dan pengemudi bajaj sangat tertarik jika adanya alat pemesanan bajaj secara *online*.

Untuk mencari data pendukung, penulis juga melakukan wawancara singkat beberapa pihak salah satunya kepada pengguna bajaj. Pengguna bajaj hanya menggunakan bajaj sesekali dan hanya untuk mencoba untuk berkeliling Jakarta. Menggunakan bajaj dengan rentang waktu yang jarang

karena merasa sulitnya mendapatkan bajaj dan tidak adanya harga yang pasti.

## 2. *Define*

Data yang telah diperoleh dari hasil literatur, kuesioner, dan observasi penulis melakukan analisa data dengan teknik SWOT. Berdasarkan data yang telah dilakukan analisa, penulis menemukan permasalahan yang menjadi fokus utama dalam perancangan *user interface* aplikasi "Ngebajaj". Hasil dari pengumpulan data tersebut, yaitu bajaj belum memiliki tarif yang pasti sehingga menurunnya minat masyarakat dan terdapat dua segmentasi penumpang. Penumpang primer 30-45 tahun dan sekunder 15-29 tahun.

## 3. *Ideate*

Setelah menemukan permasalahan utama pada tahap *define*, penulis melakukan *brainstorming* ide. *Brainstorming* merupakan proses menghasilkan sebanyak mungkin ide untuk memecahkan masalah secara bebas, terbuka, dan tanpa ada kritik terhadap konsep-konsep yang muncul (Rohmanurmeta, Harsanti, & Widyaningrum, 2016). Penulis melakukan *brainstorming* berdasarkan informasi dan strategi yang telah diperoleh sebelumnya dan mengimplementasikan menjadi karya.

Hasil *brainstorming* berupa rancangan *user interface* aplikasi pemesanan bajaj secara *online* dengan tampilan *simple* dan *clean*. Pemilihan gaya visual yang *simple* dan *clean* karena menyesuaikan dengan target primer pengguna berusia 30-45 tahun.

## 4. *Prototype*

Rancangan ide yang telah dihasilkan pada tahap *ideate* kemudian dilakukan perancangan *prototype*. Pada tahap *prototype*, penulis melakukan rancangan *user interface* yang akan dibuat. Rancangan awal yang telah dibuat oleh penulis akan dilakukan uji coba kepada pengguna untuk mendapatkan *feedback*. Tahap *prototype*, penulis melakukan perancangan dan revisi kepada dosen pembimbing dan salah satu pengguna terhadap karya sehingga sesuai dengan target pengguna.

## 5. *Test*

Pada tahap *test* hasil rancangan berupa *prototype* dilakukan uji coba sehingga mendapat *feedback*. Hasil *feedback* sangat dibutuhkan pada tahap ini untuk dilakukan penyempurnaan rancangan aplikasi. Uji coba *prototype* dilakukan kepada calon pengguna aplikasi tersebut.

### 3.2 Metode Pencarian Data

Untuk memenuhi kebutuhan data dalam perancangan ini, penulis menggunakan dua metode penelitian, yaitu:

#### a. Metode Perancangan *Design Thinking*

*Design thinking* merupakan suatu siklus berulang yang bertujuan untuk memahami kebutuhan pengguna, menguji asumsi, menetapkan kembali permasalahan, dan menciptakan solusi inovatif yang dapat diuji menggunakan *prototype* (Dam & Siang, 2023). Menurut Stanford's Hasson-Platner Institute of Design dalam Azmi, Kharisma, Akbar (2019), *design thinking* dibagi menjadi lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

#### b. Metode Riset

Metode riset yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode campuran. Metode campuran merupakan metode yang menggabungkan hasil pengumpulan data menggunakan kuantitatif dan kualitatif (Creswell J. W., 2016). Data dikumpulkan melalui teknik kuesioner, wawancara, dan observasi (Soewardikoen, 2023). Untuk mencari data pendukung, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan menggunakan studi literatur.

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Penulis membutuhkan data sebagai pendukung pada perancangan UI "Ngebajay". Data diperoleh dari wawancara, kuesioner, observasi, dan literatur. Berikut merupakan lokasi penelitian dari masing-masing teknik pengumpulan data:

##### a. Wawancara dengan Pengemudi Bajaj

Alamat: Blok M Square, Jl. Melawai 5 RT.3/RW.1, Kec. Kby Baru, Jakarta Selatan.

b. Wawancara dengan Organisasi Angkutan Darat

Alamat: Wisma PMI, Wri Indonesia, Jl. Wijaya I No.63, RT.8/RW.1, Petogongan, Kec. Kby Baru, Jakarta Selatan.

c. Kuesioner

Publikasi: Instagram dan WhatsApp

d. Studi Literatur

1. Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website, dan Apps, 2020,
2. Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan, 2020,
3. Jurnal Karakteristik Moda Angkutan Umum Berbasis *Online* di Jakarta Selatan, 2018,
4. Pengaruh Moda Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Driver Ojek *Online*, 2020.

e. Observasi

Lokasi: Jakarta selatan, Jakarta, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara.

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada perancangan ini, membutuhkan data-data sebagai penguat argumen. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode campuran atau *mixed method*. Metode campuran merupakan metode yang menggabungkan hasil pengumpulan data menggunakan kuantitatif dan kualitatif (Creswell J. W., 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner, wawancara, dan observasi (Soewardikoen, 2023). Untuk mencari data pendukung, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan menggunakan studi literatur. Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data melalui buku, majalah atau internet yang berhubungan dengan suatu penelitian (Habsy, 2017).

#### 3.2.2.1 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari perspektif orang yang diwawancarai (Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, 2020). Pengumpulan data secara wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber. Penulis melakukan wawancara sebanyak dua kali.

Pada proses pencarian data yang pertama, penulis melakukan wawancara dengan pemilik bajaj yang sedang menunggu penumpang di Blok M Square, Jakarta Selatan pada 6 Desember 2023. Pemilik bajaj sekaligus pengemudi bajaj ini sering menunggu penumpang di daerah Jakarta Selatan. Tujuan dari wawancara tersebut yaitu untuk mengetahui permasalahan yang ada dengan hadirnya transportasi *online* dan mengetahui kebutuhan sopir bajaj sebagai pengguna aplikasi yang akan dirancang.

Penulis melakukan wawancara dengan Pak Mahfuji, seorang pengemudi bajaj yang sudah menjalani profesinya selama 30-an tahun. Berdasarkan pernyataan Pak Mahfuji, sebelum adanya ojek *online* beliau selalu menolak penumpang karena selalu ramai. Tetapi, dengan hadirnya ojek *online* sehari dapat saja sudah bersyukur. Penumpang pak Mahfuji merupakan penumpang langganan yang sejak lama dengan beliau, selain itu penumpang lainnya yaitu ibu-ibu, pelajar, hingga masyarakat yang ingin mencoba bajaj.

Pada proses pencarian data yang kedua, penulis melakukan wawancara dengan Bapak Iskar Ismail selaku anggota dewan pertimbangan. Wawancara dilakukan di kantor pusat ORGANDA, Wisma PMI, Jakarta Selatan pada 23 Januari 2024. Menurut pak Iskar jumlah bajaj di Jakarta masih banyak dan termasuk angkutan lingkungan, sehingga bajaj tidak melintasi jalan protokol. Terdapat beberapa lokasi yang dijadikan tempat berkumpulnya bajaj, yaitu Kebayoran Lama, Kebayoran Baru, Jatinegara, Pademangan, dan beberapa lokasi lainnya.

### **3.2.2.2 Observasi**

Observasi dilakukan pada Pasar Mayestik dan Blok M Square, Jakarta Selatan. Sopir bajaj yang menunggu penumpang di gerbang masuk gedung. Selama melakukan observasi, hanya 1-2 penumpang yang ingin naik bajaj. Fenomena yang terjadi saat adanya penumpang, yaitu tawar-menawar antara sopir bajaj dan penumpang. Sopir bajaj maupun penumpang memiliki *smartphone* dan internet sebagai pendukungnya.

Hasil observasi secara ringkas, menunjukkan beberapa hal yang dapat dijadikan bahan perancangan aplikasi *mobile* ini, yaitu :

- a. Penumpang melakukan tawar-menawar dengan sopir bajaj sebelum melakukan perjalanan mereka.
- b. Penumpang dan pengemudi bajaj memiliki *smartphone*.
- c. Penumpang bajaj mayoritas siswa dan ibu-ibu.
- d. Bajaj bisa dinaiki oleh 3 orang dan memiliki harga yang lebih murah dibanding menaiki taksi.

### 3.2.2.3 Kuesioner

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode kuesioner yang dapat dilakukan secara *online* melalui Google Form. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan data primer (Maria, 2012). Hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis, masyarakat yang melakukan mobilisasi menuju atau meninggalkan daerah Jakarta menggunakan transportasi umum yaitu pelajar sekolah menengah atas dan pekerja berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Maka dari itu, Kuesioner ditujukan kepada masyarakat yang memiliki tingkat mobilitas tinggi dengan usia 15-45 tahun.

Kuesioner dibagikan pada masyarakat Jakarta dan sekitarnya yang melakukan perjalanan menuju atau di Jakarta pada tanggal 9 Desember 2023 melalui WhatsApp, Line, dan Instagram. Pertanyaan yang diajukan berdasarkan data yang dibutuhkan untuk perancangan *user interface* aplikasi "Ngebajaj". Hasil pengumpulan data melalui kuesioner digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perancangan *user interface*, gaya desain yang disukai oleh *user*, serta kebutuhan masyarakat terhadap aplikasi tersebut.

Kuesioner yang dilakukan oleh penulis memperoleh data sebanyak 37 responden:

1. Responden yang menggunakan bajaj mayoritas perempuan dan sebanyak 46,2% responden menggunakan bajaj di pasar.
2. Responden jarang menggunakan bajaj. Responden yang menggunakan bajaj karena belum adanya ojek *online* dan harganya lebih murah dibanding taxi.
3. Sebanyak 51,4% responden merasa kesulitan dalam memesan bajaj.

- Lokasi armada bajaj yang tidak merata menjadi salah satu alasan responden tidak menggunakan bajaj. Selain itu, responden merasa tarif bajaj tidak stabil dan kadang naikkan oleh sopir bajaj.
- Responden yang setuju dengan adanya aplikasi *mobile* untuk memesan bajaj secara *online* sebanyak 91,3%.
- Desain *user interface* yang menarik menurut responden, yaitu *clean*, minimalis, dan penggunaan warna *brand* yang lebih dominan.



Gambar 4. 1 Hasil Kuesioner

### 3.2.2.4 Studi Literatur

Literatur dalam perancangan ini berfungsi sebagai sumber data yang penulis gunakan. Literatur yang ditujukan untuk memperoleh informasi dan data yang relevan sesuai dengan topik perancangan. Penulis menggunakan data-data literatur yang tersedia, seperti buku, jurnal, dan website mengenai perancangan *user interface* aplikasi mobile transportasi. Sumber data pendukung yang menjadi acuan

penulis terdiri dari tiga buku dan tiga jurnal. Berikut merupakan literatur sebagai acuan penulis:

a. Mengenal *Layout* Cetak, UI/UX, Website, dan *Apps*

Buku ini ditulis oleh Surianto Rustan pada tahun 2020. Buku ini membahas langkah dalam perancangan *user interface*, kombinasi font, komponen, dan jenis-jenis *layout*. Penulis menggunakan buku ini sebagai landasan teori dalam melakukan perancangan *user interface*.

b. The Design of Everyday Things

Buku *The Design of Everyday Things* yang ditulis oleh Don Norman. Buku ini ditulis pada tahun 1988 dan mengalami penyempurnaan teori maupun materi hingga tahun 2013. Penulis mendapat kesimpulan dalam perancangan *user interface* harus memiliki konsistensi dalam menggunakan berbagai elemen desain, seperti icon, warna maupun seluruh visual yang ada di aplikasi. Penulis juga menyimpulkan aplikasi yang baik menggunakan *grid* sebagai pemisah elemen-elemen visual sehingga mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna.

c. Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan

Buku pengantar *Desain Komunikasi Visual* dalam penerapan ditulis oleh Ricky Widyandana Putra, ditulis pada tahun 2020. Buku ini berisi penjelasan prinsip dan teori yang ada di *Desain Komunikasi Visual*. Penulis menggunakan buku ini sebagai sumber literatur karena terdapat teori yang menjelaskan tentang elemen, warna, tipografi, dan *layout*.

d. Karakteristik Moda Angkutan Umum Berbasis *Online* di Jakarta Selatan

Karakteristik moda angkutan umum berbasis *online* di Jakarta Selatan merupakan jurnal yang ditulis oleh Zahra Zakiyya Mustaqima, Imma Widyawati Agustin dan Dadang Meru Utomo dan diterbitkan oleh *Jurnal Tata Kota dan Daerah Universitas Brawijaya* pada tahun 2018. Pada jurnal ini, penulis mendapatkan data berupa informasi bahwa transportasi umum yang ada di Jakarta Selatan memiliki beberapa permasalahan. Permasalahan yang terdapat di Jakarta Selatan yaitu transportasi umum tidak memiliki jadwal tetap dan rute yang menjauh dari tujuan sehingga



penumpang diharuskan transfer atau menggunakan transportasi lainnya. Transportasi umum berbasis *online* menjadi salah satu solusi dari permasalahan transportasi umum konvensional. Jurnal ini juga melakukan penelitian menggunakan metode sampel secara acak dengan 670 responden. Responden tersebut terdiri dari 335 menggunakan transportasi *online* dan 335 menggunakan transportasi konvensional. Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa masih banyaknya masyarakat Jakarta Selatan yang menggunakan transportasi konvensional pada saat ini.

- e. Pengaruh Moda Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Driver Ojek *Online*

Jurnal Universitas Pamulang yang ditulis oleh Sugiyarto, Desillia Purnama Dewi, Edi Junaedi diterbitkan pada 2020. Pada jurnal ini, penulis mendapatkan data berupa masyarakat memiliki kekhawatiran tentang keamanan saat menggunakan transportasi umum dan dengan hadirnya ojek *online* dapat menjawab kekhawatiran tersebut. Masyarakat menggunakan ojek *online* yang menawarkan layanan terbaik Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengambil populasi secara acak melalui kuesioner yang disebar. Hasil pengambilan data kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat senang dengan adanya transportasi *online* sangat dan pelayanannya lebih baik dibandingkan ojek pangkalan. Berdasarkan jurnal tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa masyarakat lebih merasa aman jika seluruh data perjalanan dapat terekam dalam aplikasi dan dengan hadirnya transportasi *online* sangat memudahkan masyarakat untuk memilih moda transportasi yang akan mereka gunakan dengan aman dan nyaman.

- f. Perancangan Desain *User Interface* (UI) Aplikasi Pencari Kost

Perancangan desain UI aplikasi pencari kost merupakan skripsi atau tugas akhir mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Makassar yang bernama Andi Reynaldi diterbitkan pada 2019. Skripsi tersebut membahas mengenai perancangan aplikasi kost yang berasal dari permasalahan di kalangan mahasiswa khususnya daerah

Makassar. Menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi, kuesioner, dan wawancara.

### 3.3 Analisis Data

Setelah mendapatkan data melalui metode campuran, penulis melakukan analisis data. Analisis data merupakan penghubungan rumusan masalah dan kerangka teori dengan data hasil penelitian (Soewardikoen, 2023).

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari wawancara dengan narasumber dan hasil observasi, serta hasil kuesioner yang dilakukan oleh penulis, beberapa analisis dapat dijabarkan. Pertama, dari wawancara dengan Pak Mahfuji, seorang pengemudi bajaj berpengalaman, terlihat bahwa dampak dari adopsi transportasi online sangat signifikan bagi industri bajaj tradisional di Jakarta. Pak Mahfuji menyatakan bahwa sebelum hadirnya ojek *online*, ia sering mengalami kesulitan mendapatkan penumpang karena kepadatan lalu lintas dan persaingan dengan moda transportasi lainnya. Kehadiran ojek *online* telah mengubah pola permintaan penumpang dan cara sopir bajaj beroperasi, dengan menurunkan jumlah penumpang dan menimbulkan kebutuhan baru akan peningkatan efisiensi melalui teknologi aplikasi.

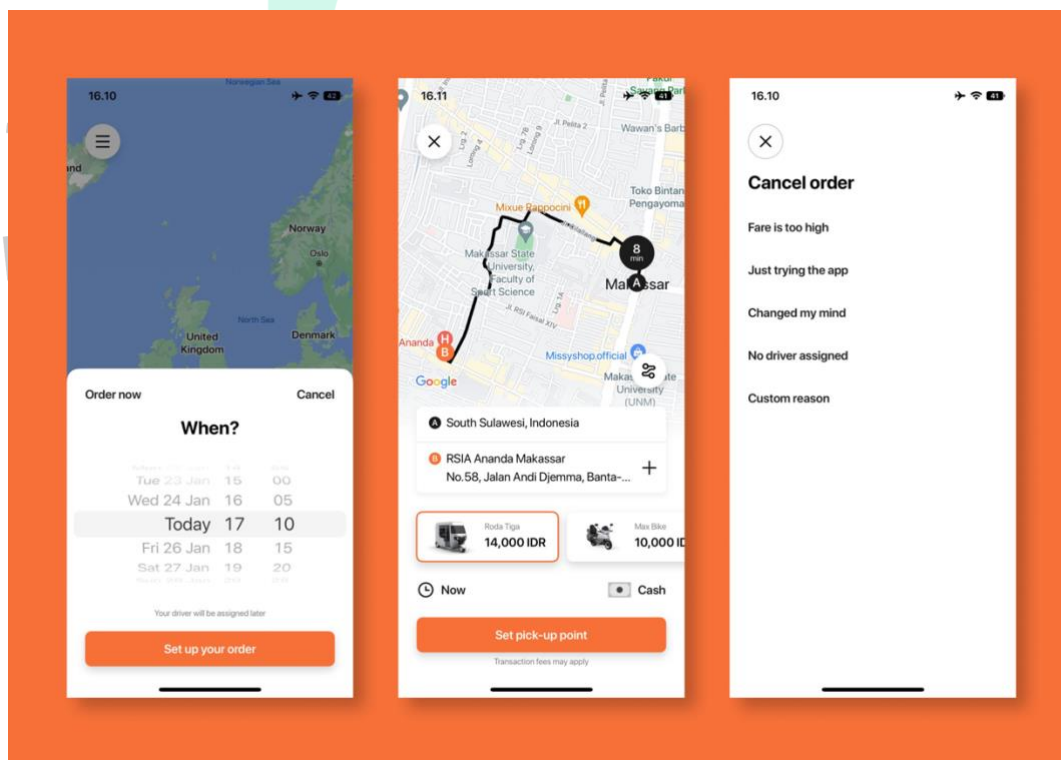
Kedua, dari wawancara dengan Bapak Iskar Ismail dari ORGANDA, terungkap bahwa meskipun jumlah bajaj di Jakarta masih cukup banyak dan dianggap sebagai angkutan lingkungan, mereka tetap menghadapi pembatasan operasional dengan tidak diizinkan melintasi jalan protokol. Lokasi-lokasi tertentu di Jakarta, seperti Kebayoran Lama, Kebayoran Baru, Jatinegara, dan Pademangan, menjadi pusat aktivitas bagi bajaj, menunjukkan pola distribusi dan keberadaan mereka dalam kota.

Dari hasil observasi yang dilakukan di Pasar Mayestik dan Blok M Square, serta data kuesioner yang melibatkan 37 responden, terlihat bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan penting dalam perancangan aplikasi "Ngebajay". Mayoritas penumpang bajaj adalah perempuan dan mereka cenderung menggunakan bajaj di pasar. Meskipun ada kesulitan dalam memesan bajaj dan kekhawatiran terhadap tarif yang tidak stabil, mayoritas responden mendukung

adopsi aplikasi mobile untuk memesan bajaj secara online. Hal ini menunjukkan peluang besar bagi pengembangan aplikasi dengan desain user interface yang bersih, minimalis, dan menonjolkan warna brand sebagai preferensi utama pengguna.

### 3.3.1 Analisis Pesaing

Pada perancangan *user interface* "Ngebajaj", penulis melakukan analisis pesaing sebagai pembandingan. Analisis pesaing dilakukan untuk mengetahui keadaan pesaing dengan beberapa aspek (Rapitasari, 2016). Pada perancangan ini, analisis pesaing diperlukan untuk melihat gaya visual, warna, alur aplikasi, tipografi, dan lain-lain. Aplikasi serupa yang akan dilakukan analisis yaitu Maxride dan Draiv. Maxride merupakan aplikasi pemesanan transportasi roda tiga yang diluncurkan pada akhir tahun 2023.

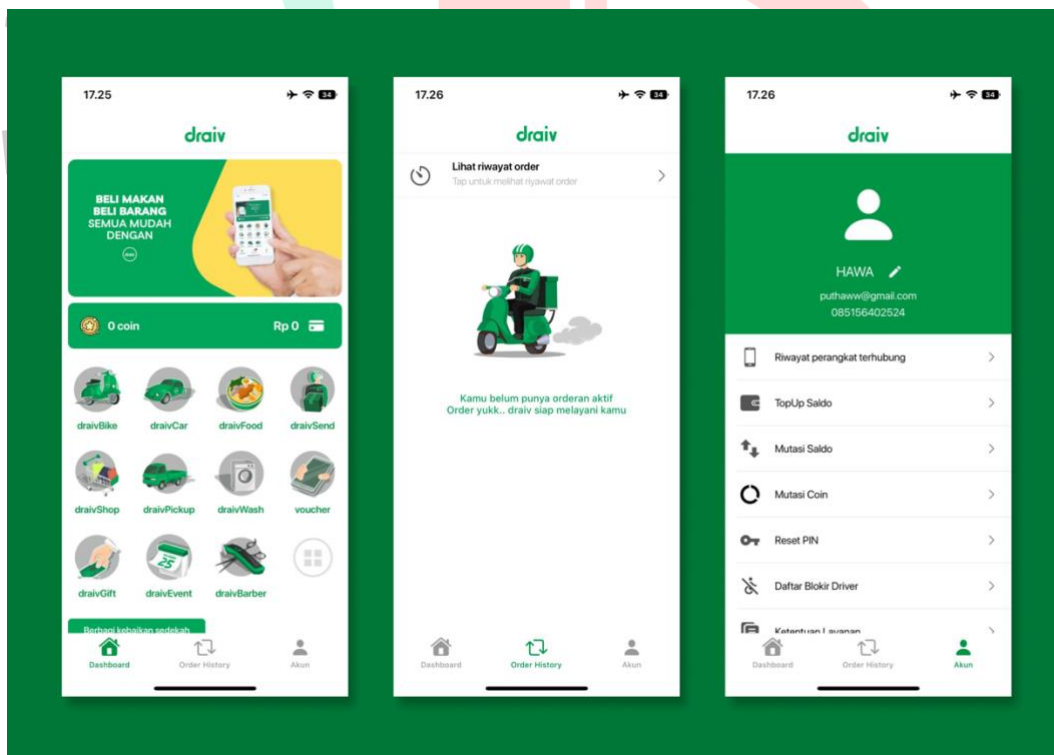


Gambar 3. 1 Tampilan Aplikasi Maxride

Aplikasi ini memfokuskan pengguna di daerah Makassar dan Gowa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kak Nisa sebagai *social media specialist* Maxride, aplikasi Maxride hadir sebagai terobosan baru pemesanan bajaj secara

*online* dan menjadikan bajaj sebagai transportasi alternatif. Pada aplikasi ini, pengguna diberikan dua jenis layanan dan dua jenis kendaraan yang dapat dipilih. Layanan yang ditawarkan, yaitu pemesanan transportasi untuk mobilisasi dan layanan pengantaran barang menggunakan bajaj. Sedangkan kendaraan yang dapat dipilih, yaitu bajaj dan motor.

Maxride memiliki segmentasi usia 15-40 tahun. *User interface* aplikasi menggunakan warna putih, orange dan abu-abu. Jenis *font* yang digunakan yaitu *sans-serif* atau huruf yang tidak memiliki kait pada bagian ujung. Kategori bajaj, motor, dan *delivery* disajikan menggunakan ilustrasi 3D dengan warna *black and white*. Sedangkan *icon* yang lain disajikan dengan gaya *line*. Pilihan pengaturan dan profile terletak pada *hamburger button*. Bahasa yang digunakan pada aplikasi ini yaitu bahasa Inggris. Saat pertama kali membuka aplikasi Maxride, pengguna disajikan dengan tampilan *maps* dan *order now*.



Gambar 3. 2 Tampilan Aplikasi Draiv

Draiv merupakan aplikasi transportasi *online* yang *launching* pada Januari 2020. Aplikasi ini sudah tersebar di beberapa titik wilayah Sulawesi Tengah dan Bali (Poso, 2021). Berdasarkan hasil wawancara pemilik Draiv pada salah satu acara televisi dalam medcom.id (2021), awalnya aplikasi ini diperuntukkan sebagai aplikasi sedekah. Saipul Usman sebagai pemilik Draiv melihat permasalahan yang terjadi di Gorontalo, yaitu tidak adanya transportasi *online*. Aplikasi ini memiliki beberapa layanan yang ditawarkan, seperti draivBike, draivCar, draivFood, draivSend, draivShop, draivPickup, draivWash, voucher, draivGift, draivEvent, draivBarber, dan masih banyak lagi.

Bagian dashboard menampilkan *banner ads*, dompet digital, pilihan layanan, dan artikel. Layanan pada *dashboard* menggunakan ilustrasi dengan warna dari Draiv. *User interface* Draiv menggunakan warna hijau dan abu-abu. *Navigation bar* disajikan tiga pilihan dengan bahasa Indonesia dan Inggris. Sedangkan *icon* yang lain disajikan dengan gaya *line* dan *bold*. Tipografi yang digunakan yaitu sans-serif. Aplikasi ini menggunakan ilustrasi, sehingga dapat memberikan informasi kepada pengguna dalam bentuk visual.

Tabel 3. 1 Analisis Pesaing

Nama Pesaing	Segmentasi	Analisis
Maxride	Perempuan dan Laki-Laki berumur 15-40 tahun	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kategori disajikan menggunakan 3D.</li> <li>2. Menu ditampilkan dengan <i>hamburger bar</i>.</li> <li>3. <i>Icon</i> menggunakan gaya <i>line</i>.</li> <li>4. Tidak adanya <i>home/ dashboard</i> sehingga membuat pengguna bingung menggunakan aplikasi tersebut.</li> </ol>
Draiv	Perempuan dan Laki-Laki berumur 15-40 tahun	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Icon</i> kategori menggunakan ilustrasi.</li> </ol>

		2. Penggunaan <i>icon</i> dan bahasa yang tidak konsisten. 3. Tidak adanya tombol <i>search</i> .
--	--	--

Hasil dari analisis pesaing menjadi acuan perancangan yang akan dibuat oleh penulis. Penulis dapat menyimpulkan bahwa pesaing memiliki kelemahan sebagai berikut:

1. Penggunaan jenis *icon* dan bahasa yang tidak konsisten.
2. Penyajian *navigation bar* yang kurang baik, sehingga menyulitkan pengguna.
3. Kurangnya informasi pada *homepage* dan *user flow* yang tidak terstruktur.

### 3.4 Kesimpulan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa pengemudi bajaj di Jakarta, seperti Pak Mahfuji, mengalami dampak signifikan dari kehadiran transportasi *online*. Mereka menghadapi penurunan jumlah penumpang dan mengalami perubahan dalam perilaku penerimaan penumpang. Di sisi lain, bajaj tetap dianggap penting sebagai angkutan lingkungan yang tidak melintasi jalan protokol, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Iskar Ismail dari ORGANDA. Meskipun demikian, kesetiaan penumpang lama terhadap bajaj menunjukkan potensi untuk mempertahankan eksistensi dan relevansi mereka dalam pilihan transportasi di Jakarta.

Berdasarkan hasil observasi di Pasar Mayestik dan Blok M Square, Jakarta Selatan, terlihat bahwa aktivitas penumpang bajaj masih terjadi meskipun dalam jumlah terbatas. Tawar-menawar antara sopir bajaj dan penumpang menjadi kebiasaan yang cukup umum sebelum perjalanan dimulai. Selain itu, penggunaan *smartphone* dan akses internet oleh baik pengemudi bajaj maupun penumpang menunjukkan potensi untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam menggunakan layanan transportasi ini. Mayoritas penumpang terdiri dari ibu-ibu dan siswa, menunjukkan profil pengguna yang spesifik untuk ditargetkan dalam perancangan aplikasi mobile. Fakta bahwa bajaj

dapat mengangkut hingga tiga orang dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan taksi juga menjadi nilai tambah yang dapat dipertimbangkan dalam pengembangan aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan pada masyarakat Jakarta dan sekitarnya pada tanggal 9 Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menggunakan bajaj di pasar dengan alasan ketersediaan dan harga yang lebih terjangkau dibandingkan taksi. Namun, sebagian besar responden merasa kesulitan dalam memesan bajaj karena lokasi armada yang tidak merata dan tarif yang tidak stabil. Meskipun demikian, banyak responden yang setuju dengan kehadiran aplikasi mobile untuk memesan bajaj secara online, dengan preferensi terhadap desain user interface yang *clean*, minimalis, dan menggunakan warna *brand* yang dominan. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam layanan transportasi bajaj di Jakarta memiliki potensi besar untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pengguna.

### **3.5 Pemecahan Masalah**

Setelah melakukan analisis dari data yang dimiliki dari hasil observasi, wawancara, literatur hingga kuesioner. Penulis memiliki usulan solusi dalam Tugas Akhir. Solusi Tugas Akhir yang penulis usulkan yaitu perancangan antarmuka aplikasi "Ngebajay". Nama "Ngebajay" berasal dari dua kata "Nge" dan "Bajay". Kata "Nge" merupakan bahasa informal yang memiliki makna frasa. Sedangkan "Bajay" merupakan kata informal kendaraan roda tiga yang berasal dari India. Sedangkan arti "Ngebajay" yaitu pergi menaiki bajaj.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua target pengguna aplikasi "Ngebajay", yaitu pengguna primer berusia 15-29 tahun dan pengguna sekunder berusia 30-45 tahun. Perancangan aplikasi menyesuaikan target pengguna supaya dapat diterima dan dipahami oleh keduanya.

Tampilan antarmuka yang digunakan *clean* dan minimalis. Pemilihan warna primer dan sekunder berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh 37 responden. Warna yang digunakan pada perancangan ini, yaitu biru dan oranye.

Pemilihan warna tersebut didasarkan pada karakteristik dari bajaj, yang sering menggunakan warna biru dan oranye.

