



6.07%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 7 JUL 2024, 6:43 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 0.2% **CHANGED TEXT** 5.86% **QUOTES** 0.11%

Report #21945085

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Mobilisasi masyarakat di Jakarta yang tinggi sehingga memerlukan sarana transportasi yang mampu menyediakan kemudahan pergerakan dan perpindahan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Transportasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan perkotaan yang modern. Transportasi mencakup transportasi darat, transportasi udara, dan transportasi laut (Warpani, 2002), ketiga jenis transportasi tersebut memiliki peran masing-masing. **14** Undang-undang Nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan mendefinisikan transportasi merupakan alat penunjang untuk perpindahan manusia atau barang memakai kendaraan di area lalu lintas (Dishub, 2021). **22** Transportasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu transportasi pribadi dan transportasi umum. Transportasi umum merupakan fasilitas yang dapat digunakan masyarakat untuk pindah tempat secara individu atau berkelompok (Sunardi, Yudhana, & Kadim, 2019). Transportasi umum juga dapat menjadi alat yang digunakan wisatawan untuk menuju tempat destinasi. Menurut Bank Indonesia (BI), pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk menambah devisa negara sehingga pendapatan meningkat (Rahma, 2020). Pariwisata juga membuka lapangan pekerjaan dalam bidang transportasi, akomodasi, hingga masyarakat sekitar yang membuat souvenir. Jakarta menjadi salah satu kota yang dipilih oleh wisatawan domestik dan mancanegara untuk berlibur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, wisatawan mancanegara yang

berlibur ke Jakarta sebanyak 190.192 orang (BPS, 2023). Berdasarkan data katadata.co.id yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, jumlah wisatawan lokal di Jakarta sebanyak 37,36 juta (Annur C. M., 2022).

35 Peningkatan jumlah wisatawan di Jakarta berbanding lurus dengan meningkatnya kebutuhan terhadap transportasi. Seiring berkembangnya teknologi membuat masyarakat beradaptasi dalam berbagai hal, terutama dalam hal transportasi. Pada saat ini, masyarakat terbiasa menggunakan transportasi online. Data pengguna transportasi online di Indonesia pada tahun 2023 dengan jumlah lebih dari 23 juta. Survei yang dilakukan oleh GoodStarts yang berjudul "Pola Perilaku Masyarakat Indonesia Saat Menggunakan Transportasi Online 2023" melibatkan 400 responden, sebanyak 56,8% responden mengatakan pemakaian aplikasi yang mudah dan sederhana, 5,6% responden mengatakan lebih nyaman menggunakan transportasi online, dan 6,1% responden mengungkapkan bahwa harga layanan aplikasi online lebih murah karena adanya promo-promo yang ditawarkan (Yonatan, 2023). Hadirnya aplikasi transportasi online membuat masyarakat jarang menggunakan transportasi umum tradisional, salah satunya bajaj. Bajaj merupakan kendaraan bermotor roda tiga yang berasal dari India. Bajaj diekspor ke Indonesia khususnya Jakarta pada tahun 1970-an (Fahlevi, 2021).

18 Bajaj merupakan salah satu merek salah satu perusahaan otomotif di India. **18** **36** Selain di Jakarta, bajaj juga ditemukan di Banjarmasin, Pekanbaru, Tuban, Bekasi dan beberapa kota di Indonesia. Di Jakarta, bajaj yang beroperasi hingga saat ini, yaitu Bajaj Qute dan Bajaj BBG. Menurut Kepala Bidang Angkutan Jalan Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta Massdes Aroufy, jumlah bajaj yang terdaftar di perizinan hanya 6 ribu (Rahayu, 2019). Berdasarkan hasil observasi, bajaj memiliki keunggulan dibanding transportasi online yang berupa motor atau mobil. Keunggulan yang dimiliki bajaj yaitu memiliki kapasitas hingga empat penumpang, 2 penumpang terlindungi dari terik matahari dan hujan, bebas dari ganjil genap, dan bajaj dapat menjangkau jalan-jalan sempit. Bajaj juga memiliki kekurangan, yaitu tidak dapat melintasi jalan-jalan protokol dan armada yang tidak banyak. Pemilik bajaj memiliki organisasi yang menjadi wadah

organisasi bagi para pengusaha angkutan jalan yaitu Organisasi Angkutan Darat (Organda) (Ihsan, 2019). Organda memiliki tujuan untuk membina kemampuan serta profesionalisme para anggota, untuk mewujudkan dunia usaha angkutan jalanan di Indonesia yang kuat, efektif, dan efisien (ORGANDA, n.d.). Perkembangan aplikasi mobile pada kemajuan teknologi menghasilkan banyak aplikasi yang dirancang berdasarkan urgensi permasalahan yang ada di sekitar kita (Ramadan, Az-Zahra, & Rokhmawati, 2019). Berdasarkan data We Are Social dalam sebuah artikel DataIndonesia.id yang berjudul "Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023" pada tanggal 3 Februari 2023, memaparkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta pengguna. Populasi Indonesia yang telah menggunakan internet sebanyak 77% (Annur C. M., 2023). Berdasarkan adanya pernyataan tersebut, maka tak sedikit perusahaan hingga individu berlomba-lomba melakukan inovasi dalam pembuatan aplikasi ataupun rancangan aplikasi. Aplikasi "Ngebajay" terbentuk karena adanya urgensi tentang pemesanan bajaj secara online, permasalahan yang diangkat ialah banyak masyarakat yang masih kesulitan dalam pemesanan bajaj dan tidak adanya tarif yang pasti saat menggunakan bajaj. Urgensi tersebut penulis dapatkan dari hasil observasi dan kuesioner. Berdasarkan data kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis, sebanyak 93,3% responden setuju dengan adanya aplikasi online pemesanan bajaj. Berdasarkan pemaparan di atas, perlu dirancang aplikasi mobile "Ngebajay" yang diharapkan dapat membantu pemesanan penumpang maupun supir bajaj. Aplikasi mobile "Ngebajay" yang dirancang oleh penulis hingga tahap prototype. 19

25 50 1.2 Rumusan & Identifikasi Masalah 1.2 25 33 1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang terdapat beberapa permasalahan yang ada, di antaranya: 1.

Menurunnya minat masyarakat terhadap penggunaan bajaj di Jakarta. 2.

Hadirnya transportasi online yang lebih mudah saat melakukan pemesanan.

1.2.2 Rumusan Masalah Penulis menyusun dua rumusan masalah sebagai dasar

penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana meningkatkan minat masyarakat

terhadap penggunaan bajaj? 2. Bagaimana merancang aplikasi bajaj online

yang sesuai dengan target pengguna? 21 1.3 Batasan Masalah Pemilihan batasan

masalah pada perancangan ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian, terdapat batasan-batasan pada perancangan Tugas Akhir ini, yaitu: 1. Perancangan user interface yang dibuat dari sisi penumpang. 2. Rancangan yang dihasilkan hanya berupa prototype dari aplikasi "Ngebajay". 3. Pengguna aplikasi "Ngebajay" berumur 15-29 tahun dan 30-45 tahun dengan demografis di Jakarta dan sekitarnya.

3 1.4 Tujuan Penelitian Terdapat dua tujuan yang ingin diperoleh dengan adanya penelitian ini, yaitu: 1. Merancang User Interface (UI) aplikasi mobile transportasi bajaj yang mudah digunakan dan dapat terkoneksi dengan moda transportasi lainnya yang ada di Jakarta. 2. Melestarikan bajaj sebagai moda transportasi berkelanjutan dengan mempromosikan bajaj dan memanfaatkan teknologi.

1.5 Manfaat Penelitian 1.5.1 Manfaat Bagi Praktis 1. Menjadi aplikasi yang mempermudah pemesanan bajaj. 2. Berupaya membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pengemudi bajaj dikarenakan ojek online. 1.5.2 Manfaat Bagi Akademis 1. Sebagai wujud nyata dalam suatu kontribusi perkembangan ilmu desain komunikasi visual serta inovasi pemesanan bajaj melalui aplikasi. 2. Sebagai bahan rujukan bagi penulis selanjutnya mengenai aplikasi transportasi bajaj. 1.5.3 Manfaat Bagi Penulis 1. Sebagai pengalaman untuk mengaplikasikan keilmuan desain komunikasi visual pada perancangan aplikasi yang telah dipelajari saat kuliah. 2. Untuk menambah portofolio penulis dalam memecahkan permasalahan hingga solusi melalui perancangan yang telah dibuat.

1.6 Sistematika Penulisan Sistematika penulisan pada perancangan aplikasi ini terbagi menjadi tiga bagian: bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Pemisahan bagian pada penulisan ini berfungsi untuk memudahkan penulis untuk mengategorikan penulisan Tugas Akhir. Sistematika penulisan dijelaskan sebagai berikut: 1. Bagian Awal Pada bagian ini penulisan terdiri dari lampiran-lampiran yang dibutuhkan untuk administrasi Tugas Akhir dan bagian awal pada penulisan, yaitu abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran. 2. Bagian Isi Pada bagian ini berisikan isi dari penulisan Tugas Akhir mulai dari pemaparan data hingga perancangan dari output Tugas Akhir. Bagian isi terdiri dari empat bab,

yaitu: BAB I : PENDAHULUAN Bagian ini menjelaskan permasalahan yang diangkat sebagai topik penulisan secara sistematis. Penulis menguraikan jumlah pengguna transportasi online dan keunggulan bajaj dibandingkan dengan transportasi online. Penulis juga membuat rumusan masalah untuk dijadikan acuan dalam melakukan penulisan. 11 19 23 Di bab ini, penulis menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. 4

BAB II : TINJAUAN UMUM Bagian ini terdiri dari teori terkait dengan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai landasan perancangan Tugas Akhir. Teori yang dipaparkan berkaitan dengan user interface aplikasi, penggunaan tipografi, warna, layout, dan ikon. Bab ini berisikan penelitian terdahulu, tinjauan teori, dan kerangka berpikir. BAB III : METODOLOGI DESAIN Pada Bab metodologi desain, berisi metode yang digunakan untuk melakukan penelitian. Metode yang dibutuhkan terbagi menjadi dua, metode perancangan dan metode pengumpulan data. Metode perancangan yang digunakan yaitu design thinking. Penulis menggunakan metode campuran untuk mengumpulkan data. Bab ini juga berisikan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, analisa STP (Segmentasi, Targeting, Positioning), dan strategi 5W+1H, analisa pesaing, dan analisa SWOT. BAB IV : STRATEGI KREATIF Bab ini berisi pemaparan dari hasil analisis data yang disajikan pada konsep karya. Bab ini juga berisikan mengenai strategi komunikasi, strategi media, konsep kreatif, konsep visual, konsep verbal, dan final art. BAB V : PENUTUP Bagian ini mencakup hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi untuk peneliti berikutnya. 3.

Bagian Akhir Bagian ini merupakan bagian akhir dari penulisan Tugas Akhir yang berisikan daftar pustaka, dan lampiran. 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Tinjauan Pustaka Dalam perancangan ini, penulis mengidentifikasi dua perancangan yang sejenis. Identifikasi ini akan digunakan sebagai referensi untuk memecahkan masalah sebagai berikut:

- Reynaldi, A. (2019). Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost. Perancangan tersebut merupakan Tugas Akhir mahasiswa Fakultas

Seni dan Desain, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Makassar. Perancangan ini bertujuan untuk membantu mahasiswa di Makassar untuk mendapatkan informasi tentang fasilitas dan harga kos, sehingga mahasiswa mendapatkan kos yang mereka sesuai. Perancangan ini dilatar belakangi perkembangan penyedia jasa kos yang semakin menjamur di Indonesia dan diiringi dengan kebutuhan mahasiswa yang tinggi untuk menunjang tempat tinggal sementara (Reynaldi, 2019). **10** Metode pengumpulan data yang digunakan pada perancangan ini terdiri dari empat metode, yaitu observasi, wawancara, literatur, dan kuesioner. Pada perancangan aplikasi ini membutuhkan teori user interface design, prinsip perancangan UI, prinsip layout, perancangan, dan aplikasi. Pengguna yang ditargetkan oleh perancangan ini adalah pemilik kost, mahasiswa, pegawai. Hasil dari perancangan ini merupakan user interface aplikasi web dan mobile yang bertajuk "Lookost". Tampilan user interface dari hasil perancangan seperti dibawah ini: Gambar 2. 1 Tampilan (a) splash screen, (b) lokasi, (c) sidebar Sumber: Skripsi Universitas Negeri Makassar Tampilan splash screen (gambar 1a) akan muncul ketika aplikasi pertama kali dibuka. Pada tampilan ini, terdapat logo dari "Lookost" dan ilustrasi gedung dengan menggunakan warna dari branding aplikasi tersebut. Setelah itu, pada (gambar 1b) terdapat tampilan lokasi user berada dan beberapa kos yang terdaftar di sekitar user. Pada (gambar 1c) disajikan sidebar dari user yang terdiri dari akun profile, home, history, chats, dan setting. Icon yang ditampilkan pada sidebar menggunakan gaya gambar line art dengan perpaduan warna dari brand "Lookost" 6 yaitu biru tua dan kuning. Penulis dapat mengambil kesimpulan, yaitu pada perancangan ini gaya desain yang dipilih oleh perancang bertujuan untuk memfokuskan pada kesederhanaan dan kemudahan tetapi terlihat modern. Ikon-ikon ditampilkan secara flat design dengan memodifikasi bentuk nya agar terlihat dinamis dengan logo dan branding dari aplikasi. b. Razi, A. A., Mutiaz, I. **7** R., & Setiawan, P. (2018, September). **1 7 12** Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penangan Laporan Kehilangan dan Temuan

Barang Tercecer Perancangan tersebut dipublikasi pada Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Periklanan. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang kasus kehilangan barang di tempat umum dengan memanfaatkan teknologi yang berbentuk aplikasi mobile (Razi, Mutiaz, & Setiawan, 2018). Perancangan aplikasi mobile ini dilatar belakangi kehidupan masyarakat urban yang memiliki masalah kehilangan barang di tempat umum dan kurang efesiennya publikasi melalui media sosial mengenai informasi kehilangan barang. Informasi kehilangan barang yang di publikasi melalui media sosial memiliki keterbatasan, seperti keterbatasan layanan sosial media yang tidak dirancang untuk menangani kasus kehilangan barang, target tidak tepat sasaran, dan isu keamanan. Metode perancangan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah ini, yaitu menggunakan metode design thinking. Design thinking merupakan alat yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah pada perancangan. Berdasarkan penelitian dengan metode design thinking, terdapat lima kerangka alur yang dapat memecahkan permasalahan, yaitu: a. Empathize Langkah awal pada perancangan ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil pengumpulan data dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih belum menemukan alternatif lain untuk mengumumkan barang yang hilang selain menggunakan sosial media. b. Define Permasalahan utama pada perancangan ini adalah kurangnya sarana informasi yang dapat menjadi wadah untuk mengelola kehilangan barang di tempat umum. Sehingga solusi dari perancangan tersebut merupakan aplikasi mobile yang dapat memfasilitasi pertukaran informasi melalui internet. Perancangan aplikasi tersebut memiliki target pengguna berusia 19-34 tahun dari masyarakat urban dan menggunakan media sosial. c. Ideate Perancang menggunakan strategi hook model untuk membentuk kebiasaan baru pada pengguna atau masyarakat. d. Prototype Pada tahap prototype, perancang mulai membuat nama aplikasi, logo, style design, flow chart, dan perancangan aplikasi. e. Test Perancangan aplikasi mobile yang telah dirancang mulai dilakukan uji coba dengan menggunakan tahap kuesioner dan digital prototyping. Hasil uji coba

menunjukkan beberapa aspek yang perlu diperbaiki, salah satunya ukuran ikon yang terlalu kecil untuk ibu jari. 7 Tujuan dari penelitian ini, yaitu membuat tampilan antarmuka aplikasi mobile yang bernama "Kembaliin". Nama tersebut dipilih agar mudah diingat oleh pengguna atau masyarakat.

Berikut merupakan tampilan icon dan halaman post pada aplikasi. Gambar 2. 2 Tampilan Tombol Sumber: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Pemasaran Gambar 2. 3 Tampilan Halaman Post Sumber: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Pemasaran Penulis dapat mengambil kesimpulan penelitian ini, yaitu melakukan perancangan icon ataupun elemen lainnya yang konsisten pada aplikasi agar pengguna mudah dipahami oleh pengguna dan penting melakukan riset pengguna untuk memperoleh desain user interface yang sesuai dengan target pengguna. 2.1.1 Transportasi

Transportasi merupakan kegiatan perpindahan manusia atau barang menggunakan kendaraan. Masyarakat kerap menggunakan transportasi sebagai sarana untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Menurut Fatimah (2019) pada buku Adisasmita (2011) transportasi berfungsi sebagai penghubung antara daerah produksi dan pasar, atau seringkali sebagai perantara antara produsen dan konsumen. 11 Transportasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu transportasi pribadi dan transportasi umum. 8 2.1.2

Transportasi Umum Transportasi umum merupakan jenis transportasi yang melibatkan pengangkutan barang atau penumpang dengan cara membayar. Terdapat beberapa transportasi umum, seperti angkot (angkutan kota), ojek online, MRT, dan LRT. Selain itu, ada pula transportasi yang disediakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, yaitu Jaklingko dan Transjakarta. Penggunaan transportasi umum dapat mengurangi kemacetan hingga polusi udara (Kemhub, 2022). 2.1.3 Bajaj Bajaj merupakan transportasi roda tiga yang diproduksi oleh perusahaan dari India. Usaha utama perusahaan Bajaj yaitu Bajaj Auto, perakitan terbesar roda dua dan tiga (Rusdianto, 2008). Awal Bajaj diperkenalkan di Jakarta yang berfungsi untuk menggantikan becak pada tahun 1975 (Hambali & Rochyat, 2013). Bajaj beroperasi di Jakarta menjadi jenis Angkutan Lingkungan. Hal tersebut didukung dengan adanya Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 35 Tahun 2005 pasal 32 ayat 2b

tentang angkutan umum disebutkan pelayanan angkutan lingkungan adalah angkutan yang dilayani dengan kendaraan roda empat dan roda dua (Antara Banten, 2016). Angkutan Lingkungan merupakan transportasi yang hanya bisa beroperasi jarak dekat dan jalan-jalan perumahan, bukan jalan arteri.

2.2 Tinjauan Teori Perancangan user interface aplikasi mobile membutuhkan teori-teori pendukung untuk menjadi landasan teori. Teori pendukung untuk melakukan perancangan sebagai berikut:

2.2.1 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan aturan dalam desain yang dapat mengategorikan elemen-elemen desain (Dewojati, 2009). Ricky Widyananda Putra (2020) mengatakan prinsip desain dibagi menjadi lima hal, yaitu:

1. Kesatuan (unity) Kesatuan merupakan elemen-elemen yang bersatu sehingga menghasilkan kesan harmonis. Elemen-elemen yang bersatu dapat menyampaikan pesan yang dibuat. Terdapat beberapa pendekatan untuk memperoleh desain yang menyatu. Pendekatan yang digunakan adalah Prinsip Joshua Tree. Prinsip Joshua Tree terdiri dari proximity, alignment, repetition, kontras.
2. Keseimbangan (balance) Keseimbangan merupakan keseluruhan komponen-komponen yang ditampilkan dengan seimbang.
3. Ritme (rhythm) Ritme merupakan perancangana desain yang berupa pengulangan variasi pada elemen. Irama yang dihasilkan dari komponen yang berbeda-beda dapat menghasilkan pola konsisten.
4. Penekanan (emphasis) Penekanan merupakan elemen grafis yang lebih ditonjolkan pada suatu desain. Penekanan bertujuan untuk memberikana penekanan terhadap poin tertentu supaya pandang audience tertuju pada poin tersebut.
5. Proporsi Proporsi merupakan perbandingan ukuran antar elemen secara keseluruhan. Proporsi juga dapat diartikan perubahan ukuran tanpa merubah ukuran panjang, lebar, dan tinggi sehingga tidak terjadi distorsi.

2.2.2 User Interface

User interface merupakan cara berkomunikasi antara pengguna dengan sebuah program, seperti website, aplikasi, software (Himawan & Florestyanto, 2020). User interface mencakup tampilan grafis meliputi warna, ilustrasi, tipografi, icon, hingga animasi yang ditampilkan. Menurut Chandra seperti dikutip Reynaldi (2019), Langkah pertama dalam merancang user interface,

yaitu dengan melakukan analisis kebiasaan pengguna untuk kemudian membuat prototype sesuai dengan desain yang telah dirancang. Pada jurnal yang berjudul "Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web pada Laportea Company Putra, Asfi, dan Fahrudin (2021) menggunakan metode design thinking. Design thinking terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. Emphatize Emphatize merupakan cara kita memahami emosi yang dirasakan orang lain. Pada tahap emphatize perlu melakukan wawancara atau observasi terhadap pengguna untuk mengidentifikasi dan memahami masalah yang dihadapi.
2. Define Define merupakan salah satu tahapan untuk mengetahui sudut pandang pengguna serta mengetahui apa yang diinginkan oleh pengguna. Pada tahap ini, dilakukan pembuatan user persona yang akan dijadikan landasan pembuatan aplikasi.
3. Ideate Ideate merupakan langkah menghasilkan berbagai solusi dari ide-ide yang berbeda, yang diekspresikan melalui brainstorming dan direpresentasikan dalam bentuk user flow.
4. Prototype Prototype merupakan tahapan pembuatan rancangan tampilan sebuah aplikasi atau website yang akan diimplementasikan agar menghasilkan suatu produk yang siap uji.
5. Test Test merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi atau menguji hasil rancangan. Pada pada tahap ini berisi rangkaian tugas yang harus dikerjakan oleh pengguna.

2.2.3 Tahapan Perancangan User Interface Muhammad Rifqi dalam sebuah artikel medium yang berjudul "UI Design: Prinsip dan Tahapan (2021). Tahapan dalam merancang user interface pada aplikasi dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu wireframe, mockup, dan prototype. Sedangkan tahapan merancanag user interface menurut Surianto Rustan dalam sebuah buku yang berjudul "Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website & Apps (2020), terbagi menjadi lima tahap, yaitu research & analysis, information architecture, wireframe & mockup, moodboard & styleguideline, prototype & testing, dan implement. Penulis dapat menyimpulkan tahapan dalam melakukan perancangan user interface sebagai berikut:

1. User Journey 10 User journey merupakan sebuah urutan atau kebiasaan yang terdiri dari kebutuhan dan perilaku untuk menentukan target user. User journey menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan pada tahap research

& analysis. 2. Site Map Sitemap merupakan peta konsep yang menjelaskan hubungan antar halaman pada aplikasi. Site map menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan pada tahap information architecture. 3. Wireframe Tahapan awal untuk merancang user interface aplikasi yaitu membuat wireframe yang berisi kerangka dasar halaman yang akan dibuat. Wireframe atau low fidelity wireframe merupakan kerangka sketsa dasar pada halaman aplikasi yang berwarna grey scale. Tujuan dari tahap ini yaitu untuk menentukan struktur garis besar halaman pada aplikasi yang akan dirancang dan menjadi sketsa dasar dari konten maupun layout yang akan digunakan (Angelina, Sutomo, & Nurcahyawati, 2022). 4. Mockup Mockup pada perancangan user interface merupakan tahapan high-fidelity yang menggambarkan produk final pada aplikasi, seperti font, warna, tipografi, ilustrasi, dan elemen desain lainnya. 5. Prototype Prototype merupakan bentuk dinamis dari mockup yang dapat memberikan interaksi pada pengguna. Interaksi yang terdapat pada prototype, yaitu berpindah halaman, mengklik suatu tombol, hingga animasi pada web banner.

2.2.4 Warna

Warna merupakan spektrum pada cahaya putih yang dipancarkan pada indera penglihatan seseorang (Nugroho, 2008). 49 Warna terbagi menjadi dua, yaitu warna RGB dan warna CMYK. Warna CMYK digunakan untuk kebutuhan cetak. Warna RGB digunakan untuk kebutuhan digital. Menurut Ricky Widyana Putra (2020) pada bukunya yang berjudul "Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan menjelaskan bahwa jenis warna berdasarkan keharmonisannya terbagi menjadi lima, yaitu:

- Warna Komplementer Warna komplementer merupakan warna yang terletak saling berlawanan di dalam colour wheel. Warna komplementer menghasilkan warna yang kontras.
- Warna Analogous Warna analogous merupakan tiga warna yang berdekatan pada color wheel. Warna analogous sehingga menghasilkan warna yang harmoni dalam tampilan visual.
- Warna Triadic Warna triadic merupakan tiga warna yang membentuk segitiga pada color wheel. Warna triadic menghasilkan warna yang cerah dan menarik.
- Warna Split Komplementer Warna split komplementer merupakan warna yang berlawanan dengan satu warna tambahan yang terletak di sampingnya,

membentuk pola segitiga terbalik pada color wheel. Warna split komplementer memberikan kesan harmonis. e. Warna Tetradic 11 Warna tetradic merupakan kombinasi empat warna yang membentuk pola persegi panjang di color wheel. Penggunaan warna tetradic menghasilkan kombinasi warna yang vibrant. 2.2.4.1 Penggunaan Warna dalam Aplikasi Seluler Warna terbagi menjadi dua jenis, yaitu warna primer dan warna sekunder. Menurut developer.android.com (2023), warna primer merupakan warna utama yang paling sering ditampilkan pada layar dan komponen. Untuk membedakan warna antar komponen, perlu membuat jenis light or dark dari warna primer yang digunakan. Gambar 2. 4 Warna Primer Sumber: material.io Warna sekunder dapat digunakan untuk memberikan aksen pada bagian tertentu, seperti tombol maupun teks yang ingin ditonjolkan. Saat melakukan perancangan antarmuka (user interface) sebaiknya menggunakan warna yang tidak terlalu kontras atau menggunakan warna-warna triadic. Pemilihan warna yang tidak terlalu kontras dapat meningkatkan tingkat kenyamanan pengguna saat membaca atau menggunakan aplikasi (Isnaini, Arikesa, Nasution, & Hidayat, 2021). Penggunaan warna pada perancangan aplikasi memiliki aturan 60% penggunaan warna netral untuk background, 30% penggunaan warna utama untuk elemen apps bar, 10% penggunaan warna aksen yang digunakan pada warn tombol (Faizin, 2022). 2.2.5 Aturan Tipografi dalam Aplikasi Seluler Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari tentang desain huruf, serta pengaplikasiannya dalam layout (Putra R. W., 2020). Tipografi bertujuan untuk memberikan informasi secara jelas. Huruf memiliki lima jenis, yaitu serif, sans serif, slab serif, script, dan dekoratif. Perancangan aplikasi mobile cukup menggunakan satu jenis huruf yang mudah oleh pengguna, yaitu sans serif (Rustan, 2020). Menurut developer.apple.com (2024), ukuran huruf yang digunakan untuk teks minimal 11 px. Ukuran huruf bergantung pada ukuran layar yang digunakan. Namun, secara umum ukuran huruf minimal 11 px dan maksimal 31px. 48 Penentuan ukuran huruf berdasarkan jenis teks yang akan digunakan. 43 Teks berupa judul memiliki ukuran yang lebih besar dari pada sub judul. 2.2.6 Prinsip Perancangan Ikon

Menurut Stevens (2023), ikon merupakan elemen visual yang digunakan untuk memiliki fungsi dan fitur dari konten tertentu. Ikon merupakan alat komunikasi dengan user secara non-verbal yang mudah 12 dipahami. Dalam merancang ikon, seorang desainer harus mematuhi tujuh prinsip dalam merancang ikon. Tujuh prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Clarity of Meaning (Kejelasan Makna) Hal utama yang perlu diperhatikan oleh seorang desainer pada saat merancang ikon, yaitu kejelasan makna. Ikon yang baik pada rancangan visual user interface dapat memberikan informasi yang tepat sasaran dan mudah dipahami oleh pengguna.
2. Visual Clarity (Kejelasan Visual) Prinsip yang kedua, yaitu kejelasan visual. Ikon sering kali diaplikasikan dalam ukuran yang kecil. Untuk meningkatkan readability atau tingkat keterbacaan, ikon perlu dirancang secara sederhana.
3. Simplicity (Sederhana) Rancangan ikon yang sederhana akan lebih mudah dipahami oleh pengguna. Ikon yang ditampilkan dengan ukuran kecil menjadi tantangan bagi desainer untuk membuat ikon yang sederhana dan efisien.
4. Familiarity (Mudah Dipahami) Pada prinsip familiarity, desainer membuat ikon yang universal atau biasa digunakan. Contoh ikon yang universal, yaitu ikon rumah yang mewakili halaman beranda. Saat mendesain ikon yang universal, desainer tidak perlu memikirkan suatu hal yang baru karena pengguna sudah memahami arti dari ikon-ikon tersebut.
5. Alignment and balance (Keselarasan dan Keseimbangan) Keselarasan dan keseimbangan diberlakukan saat merancang ikon. Keseimbangan ikon dibutuhkan supaya ikon mudah dipahami dan sedap dipandang.
6. Consistency Across the Board (Konsistensi Secara Menyeluruh) Konsistensi dalam segala aspek diperlukan saat melakukan perancangan yang mengacu pada ikon lainnya. Untuk menciptakan konsistensi, semua ikon memiliki tinggi, lebar, dan ketebalan yang sama. Ikon yang membutuhkan warna, dapat menggunakan skema warna yang konsisten dengan brand.
7. Personality and Branding (Kepribadian dan Branding) Ikon memiliki peran penting dalam menyelaraskan dengan visual brand yang lebih luas. Desainer dapat menggunakan warna dan gaya visual yang sama seperti supergraphic.

Layout Layout merupakan penempatan elemen-elemen pada sebuah desain sebagai pendukung pesan yang akan disampaikan (Rustan, 2020). Elemen pada layout terbagi menjadi dua, yaitu konstruksi dan konten. Elemen terdiri dari isi yang berbeda-beda. konstruksi terdiri dari margin dan grid, sedangkan konten terdiri dari teks dan margin. Konstruksi atau susunan pada layout terdapat margin dan layout. Margin berfungsi sebagai pembatas pada pinggir layout dan grid berfungsi sebagai alat bantu untuk meletakkan elemen. Elemen pada konstruksi terdiri dari: 1. Margin Margin merupakan ruang kosong yang berada di sekeliling konten sekaligus sebagai batasan konten dengan pinggiran kertas. Margin berfungsi sebagai batasan agar konten tidak terpotong saat melakukan cetak dan menjaga kerapihan desain. 2. Colomn dan Gutter 13 Colomn merupakan tempat untuk meletakkan konten berupa elemen grafis, gambar, dan tulisan. Gutter merupakan jarak pemisah antar colomn. Gutter dan colomn memiliki fungsi untuk membagi agar baris tidak panjang dan mengatur penempatan seluruh elemen agar terlihat rapi dan mudah dibaca. 3. Module Module merupakan bidang kotak-kotak yang berasal dari potongan colomn vertikal dan horisontal sebagai tempat untuk meletakkan gambar. Module memiliki fungsi meengatur seluruh penempatan elemen agar seusai dengan layout.

2.2.8 Prinsip Desain Perancangan User Interface Menurut Jakob Nielsen (2020)

Prinsip yang dijadikan acuan saat melakukan perancangan desain user interface dibagi menjadi sepuluh prinsip, yaitu: 1. Visibility of System Status Fungsi yang ada di suatu produk dan mudah dimengerti oleh pengguna. Pada prinsip ini aplikasi memberikan feedback atau informasi kepada pengguna mengenai permasalahan yang terjadi pada aplikasi. Gambar 2. 5 Visibility of System Status Sumber: Medium 2. Match Between System and The Real World Penggunaan konsep atau ilustrasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Contoh penerapan prinsip ini, yaitu penggunaan warna seragam yang berbeda untuk menggambarkan jenjang pendidikan yang berbeda. 14 Gambar 2. 6 Match Between System Sumber: Medium 3. User Control and Freedom Memberikan kemudahan dalam melakukan pembatalan pada aplikasi. Kemudahan yang diberikan

dapat berupa tersedianya tombol untuk membatalkan aktivitas pada suatu formulir. Gambar 2. 7 User Control and Freedom Sumber: Medium 4.

Consistency and Standards Memberikan konsistensi dalam penerapan design system. Penerapan design system meliputi warna, jenis font, tombol, hingga elemen yang digunakan. Aplikasi yang menerapkan konsistensi elemen akan mempermudah penggunaan aplikasi oleh user. Gambar 2. 8 Consistensi and Standarts Sumber: Medium 15 5. Error Prevention Mencegah terjadinya kesalahan pengguna. Kesalahan tersebut dapat dihindari dengan menampilkan dialog konfirmasi ketika melakukan suatu kegiatan pada aplikasi. Gambar 2. 9 Error Prevention Sumber: Medium 6. Recognition Rather than Recall Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga mudah dilihat dan mudah diperoleh ketika dibutuhkan. Salah satu contoh penerapan prinsip ini, yaitu tersedianya jumlah item/file pada sebuah aplikasi.

Gambar 2. 10 Recognition rather Than Recall Sumber: Medium 7.

Flexibility and Efficiency of Use Memberikan kemudahan dan efisiensi waktu kepada pengguna dengan menyediakan fitur untuk filter pada baris pencarian aplikasi. Fungsi dari fitur tersebut, yaitu memudahkan pengguna untuk mencari yang mereka butuhkan. 16 Gambar 2. 11 Flexibility and Efficiency of Use Sumber: Medium 8. **17 Aesthetic and Minimalist Design**

Menerapkan desain yang minimalis tanpa menggunakan informasi yang tidak relevan.

Informasi yang berlebih dapat mengurangi kenyamanan pada pengguna.

Aplikasi hanya berisi informasi terkait, mulai dari web banner, header, isi dan footer. Gambar 2. 12 Aesthetic and Minimalist Design Sumber:

Medium 9. Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors

Menampilkan masalah yang terjadi pada aplikasi dan solusi yang harus dilakukan. Masalah dan solusi ditampilkan pada error message yang

berwarna lebih kontras dibanding elemen lainnya. Gambar 2. 13 Help User

Recognize, Diagnose, and Recover from Errors Sumber: Medium 10. Help

and Documentation Menyediakan halaman untuk message box yang berisi tahapan yang harus dilalui oleh pengguna. Informasi yang terdapat pada message box fokus pada langkah yang harus dilalui. 17 Gambar 2. 14

Help and Documentation Sumber: Medium 2.2.9 Ilustrasi Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang digunakan untuk menjelaskan atau menghias sesuatu (Indiria Maharsi). Sedangkan dalam UI Design, ilustrasi merupakan gambar visual yang dibuat untuk memperkaya dan melengkapi desain interface. Fungsi ilustrasi pada antarmuka tidak hanya sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai alat untuk mengkomunikasikan ide, menyampaikan pesan, dan membantu pengguna dalam penggunaan aplikasi. 2.2 [4](#) [15](#) [42](#) [10](#) AISAS AISAS merupakan singkatan dari Attention, Interest, Search, Action, dan Share. Menurut Sugiyama dan Andree dalam buku "The Dentsu Way" (2011), AISAS merupakan teknik yang digunakan untuk menjangkau target pengguna dengan memperhatikan perbedaan tingkah laku yang terjadi karena adanya kemajuan teknologi. [4](#) [32](#) [Melihat](#) perubahan tersebut, Dentsu melakukan perubahan dari teori AIDMA (Attention, Interest, Desire, Memory, dan Action). Metode AISAS menjelaskan bahwa saat ini konsumen lebih aktif dan dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber, seperti melakukan pencarian secara online (search) dan membagikan informasi yang diperoleh kepada orang sekitar (share) (Ong & Hartanto, 2022). Gambar 2. 15 Model AISAS Sumber: The Dentsu Way 2.2.11 Design Thinking Design thinking diciptakan oleh David Kelly dan Tim Brown. Design thinking merupakan proses berulang yang memiliki bertujuan untuk memahami pengguna, mengevaluasi asumsi, mendefinisikan ulang masalah, dan menciptakan solusi inovatif yang dapat dilakukan uji coba menggunakan hasil rancangan pada tahap prototype (Dam & Siang, 2023). Menurut Stanford's Hasson-Platner Institute of Design dalam Azmi, 18 Kharisma, Akbar (2019), design thinking dibagi menjadi lima tahapan, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. 2.3 Ringkasan Kesimpulan Teori Perancangan aplikasi "Ngebajay" membagi dua teori sebagai dasar acuan saat melakukan perancangan. Teori utama yang digunakan berkaitan langsung dengan perancangan aplikasi, sedangkan teori pendukung digunakan sebagai tambahan informasi untuk mendukung perancangan dan promosi. Saat merancang antarmuka, perancang harus menyesuaikannya dengan target pengguna aplikasi. Aplikasi yang sesuai dengan target pengguna akan lebih mudah

dipahami oleh pengguna. Penggunaan warna pada perancangan antarmuka aplikasi "Ngebajay" menerapkan aturan 60% warna putih sebagai latar belakang, 30 % warna biru sebagai warna primer dari "Ngebajay", dan 10% menggunakan warna oranye sebagai warna sekunder. Penerapan aturan warna tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat membaca atau menggunakan aplikasi. Perancangan aplikasi ini membutuhkan ilustrasi untuk membantu pengguna memahami pesan tanpa harus membaca terlebih dahulu. Penulis menggunakan maskot sebagai elemen identitas yang menghubungkan pengguna dengan aplikasi. Penggunaan maskot pada antarmuka dapat menciptakan kesan menyenangkan. Maskot yang menyenangkan mudah diingat oleh pengguna. Untuk meningkatkan brand awareness di masyarakat, penulis menggunakan metode promosi AISAS. Promosi yang dilakukan melalui Instagram, billboard, merchandise, banner, dan lain-lain.

2.4 Kerangka Berpikir Dalam penelitian metode campuran, penulis memerlukan kerangka berpikir untuk mengembangkan konsep dan memudahkan proses perancangan. Kerangka berpikir bukan hanya sekadar kumpulan informasi atau pemahaman belaka, melainkan juga memerlukan pemahaman yang diperoleh dari pencarian sumber- sumber dan pengaplikasiannya dalam proses perancangan (Yunianto, 2018). Penulis mengawali penulisan kerangka berpikir dengan pemaparan latar belakang perancangan.

19 Gambar 2. 16 Kerangka Berpikir Perancangan user interface aplikasi "Ngebajay" didasari karena adanya permasalahan yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengemudi bajaj dan observasi, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa permasalahan utama perancangan ini yaitu menurunnya minat masyarakat terhadap penggunaan bajaj. Hal tersebut terjadi karena hadirnya transportasi online. Hasil wawancara dengan penumpang menyatakan 20 bahwa, bajaj tidak memiliki tarif yang pasti dan pemesanan yang sulit sehingga penumpang memilih transportasi lain. Transportasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan perkotaan yang modern.

22 Transportasi dibedakan menjadi dua, yaitu transportasi pribadi dan umum. Transportasi umum merupakan layanan yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya (Sunardi, Yudhana, &

Kadim, 2019). Transportasi umum juga dapat menjadi alat yang digunakan wisatawan untuk menuju tempat destinasi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, wisatawan mancanegara yang berlibur ke Jakarta sebanyak 190.192 orang (BPS, 2023). Berdasarkan data katadata.co.id yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, jumlah wisatawan lokal di Jakarta sebanyak 37,36 juta (Annur C. M., 2022).

Peningkatan jumlah wisatawan di Jakarta beriringan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap transportasi. Hasil observasi dan wawancara, penulis dapat menentukan target pengguna. Terdapat dua target pengguna, yaitu primer berusia 15-29 tahun dan sekunder berusia 30-45 tahun. Penulis

memfokuskan pengguna aplikasi yang berlokasi di Jakarta. 30 21 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 empathize, define, ideate, prototype, dan test. Berikut tahapan yang dilakukan pada perancangan ini, yaitu: 1. Emphatize Penulis

menggunakan penelitian metode campuran. 28 Metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang menggabungkan hasil data kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2016). 5

13 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 "Ngebajay" 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 "Ngebajay". 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.

22 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:

- 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*.
- Metode Riset Campuran**
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:

- Wawancara dengan Pengemudi Bajaj**
Alamat: Blok M Square, Jl. Melawai 5 RT.3/RW.1, Kec. Kby Baru, Jakarta Selatan.
- 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.
- Kuesioner Publikasi: Instagram dan WhatsApp**
- Studi Literatur**

- Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website, dan Apps, 2020, 2. **47** Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan, 2020, 3.
- 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. 45 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). 5 13 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 24 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 :

- Penumpang melakukan tawar-menawar dengan sopir bajaj sebelum melakukan perjalanan mereka.
- Penumpang dan pengemudi bajaj memiliki smartphone.
- Penumpang bajaj mayoritas siswa dan ibu-ibu.
- 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 "Ngebajay". 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. 4. 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. 5. Responden yang setuju dengan adanya

aplikasi mobile untuk memesan bajaj secara online sebanyak 91,3%. 6.

Desain user interface yang menarik menurut responden, yaitu clean,

minimalis, dan penggunaan warna brand yang lebih dominan. 25 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 Suriyanto 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 Dorman. 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 Komunikasi Visual dalam penerapan ditulis oleh Ricky Widyananda Putra, ditulis pada tahun 2020. Buku ini berisi penjelasan prinsip dan teori yang ada di Desain Komunikasi 26 Visual. Penulis menggunakan buku ini sebagai sumber literatur karena terdapat teori yang menjelaskan tentang elemen, warna, tipografi, dan layout. d. **3 6** 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. 5 41

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 27 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 "Ngebajay"

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.

28 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. 38 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. 29 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 1. Kategori disajikan menggunakan 3D. 2. Menu ditampilkan dengan hamburger bar. 3. Icon menggunakan gaya line. 30 4. Tidak adanya home/ dashboard sehingga membuat pengguna bingung menggunakan aplikasi tersebut. Draiv Perempuan dan Laki-Laki berumur 15-40 tahun 1. Icon kategori menggunakan ilustrasi. 2.

Penggunaan icon dan bahasa yang tidak konsisten. 3. Tidak adanya tombol search. 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.

3.1 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 "Bajaj". Kata "Nge" merupakan bahasa informal yang memiliki makna frasa. Sedangkan "Bajaj" 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.

46 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.

3.2 BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan aplikasi "Ngebajay", yaitu komunikasi dua arah dan satu arah. Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang memiliki timbal balik (feedback). Penerapan komunikasi dua arah pada aplikasi "Ngebajay", yaitu pengguna dapat berinteraksi dengan pengemudi bajaj. Sedangkan, komunikasi satu arah merupakan komunikasi yang tidak

memiliki timbal balik. Penggunaan komunikasi satu arah pada aplikasi "Ngebajay", yaitu artikel destinasi. Aplikasi "Ngebajay" memiliki dua target pengguna, yaitu pengguna primer berusia 15-29 tahun dan pengguna sekunder berusia 30-45 tahun. Penggunaan bahasa berdasarkan dua target pengguna tersebut, yaitu bahasa Indonesia dengan gaya bahasa semi-kasual atau santai dan mudah dipahami. **4 15 29** Untuk melakukan promosi aplikasi "Ngebajay", penulis menggunakan metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share). Pada tahap attention, penulis membuat visual dan konten yang menarik sehingga menjadi bahan pembicaraan (word of mouth). Hal ini bertujuan untuk menarik khalayak agar mencari tahu, mencoba, dan membagikan informasi yang ada. Pada tahap ini, penulis menggunakan video, poster, leaflet, dan tripod banner sebagai media publikasi. Tahap interest, mengajak target audiens untuk mengenal aplikasi "Ngebajay" melalui billboard dan merchandise. Tahap search, melakukan pencarian lebih lanjut mengenai fitur-fitur dan promo yang ada di aplikasi "Ngebajay" melalui sosial media, seperti Instagram. Pada tahap action, target audiens mulai mengunduh dan menggunakan aplikasi "Ngebajay". Tahap share, pengguna mulai membagi pengalaman menggunakan aplikasi "Ngebajay" melalui Instagram ataupun word of mouth.

4.2 Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning

Pada tahap ini, penulis melakukan pendekatan strategis dengan menggunakan STP. **24** Menurut Kotler dalam Mujahidin dan Khoirianingrum (2019) strategi pemasaran terdiri dari tiga tahap, yaitu segmenting, targeting, dan positioning. Segmenting, targeting, dan positioning bertujuan untuk menempatkan suatu merek dalam pikiran konsumen sehingga memiliki keunggulan yang kompetitif (Hardianti & Martini, 2016). 1. Segmenting Market segmenting atau segmentasi pasar merupakan pembagian pasar secara kelompok kecil berdasarkan kebutuhan, umur, sifat, dan strategi pemasaran masing-masing (Kotler & Amstrong, 2014). Menurut Kotler dan Amstrong (2014), segmentasi pasar dibedakan menjadi empat jenis, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi tingkah laku. Pada perancangan ini, penulis hanya menggunakan tiga jenis segmentasi, yaitu:

a. Geografis Segmentasi geografis membagi pasar ke dalam beberapa unit geografis, seperti daerah, negara bagian, kota atau kompleks perumahan (Kotler & Amstrong, 2014). Penulisan ini menggunakan segmentasi pengguna yaitu masyarakat atau wisatawan yang berada di Jakarta. b. **16** Demografis Menurut Firmansyah pada Manggu dan Beni (2021), segmentasi demografis membagi pasar dengan kelompok usia, jenis kelamin, dan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan 33 agama. Segmentasi demografis berfungsi untuk mengetahui sasaran pasar yang akan digunakan. Penulis membagi segmentasi demografis menjadi tiga kelompok, yaitu: Usia : Primer 30-45 tahun dan sekunder 15-29 tahun Jenis Kelamin : Perempuan dan laki-laki Ekonomi : SES B/C (Middle SES) c. Psikografis Segmentasi psikografis yaitu mengelompokkan sesuai dengan gaya hidup (Kotler & Amstrong, 2014). Hasil pengumpulan data sebelumnya, penulis menemukan segmentasi psikografis pengguna yaitu masyarakat berusia 15-45 tahun yang ingin mencoba menaiki bajaj dan membawa barang bawaan pada pusat perbelanjaan ataupun tempat rekreasi. 2. Targeting Targeting merupakan konsumen yang menjadi sasaran dari penjualan produk (Rosyida, Heryani, Fuadi, & Dinia, 2020). Perancangan aplikasi "Ngebajay" ditargetkan kepada masyarakat yang ingin mencoba bajaj untuk berkeliling di Jakarta dan masyarakat yang membawa barang di pusat perbelanjaan. **20** 3. Positioning Menurut Kotler dalam Manggu dan Beni (2021), positioning merupakan cara menempatkan produk dengan jelas, berbeda, dan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju. Penulis memposisikan aplikasi "Ngebajay" sebagai aplikasi pemesanan bajaj secara online untuk kebutuhan pariwisata dan mobilitas masyarakat di Jakarta. Penulis juga melakukan analisis dengan kompetitor untuk menentukan positioning aplikasi yang dirancang. 4.3 Analisis SWOT Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan dalam analisis strategi yang memperhatikan kondisi strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (kesempatan) dan threats (ancaman) (Syidada & Wahyuningtyas, 2019). Penulis melakukan analisis SWOT dengan kompetitor, yaitu aplikasi Gojek. Berikut matriks SWOT pada perancangan aplikasi "Ngebajay": 34 Gambar 3. 3 Pemetaan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pemetaan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa perancangan aplikasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna serta melakukan promosi melalui media sosial mengenai keunggulan dari aplikasi ini. Ngebajay dapat bekerjasama pengemudi bajaj supaya dapat bergabung dengan Ngebajay. Pada perancangan ini, penulis menggunakan strategi Strength-Opportunities (SO). Strategi ini dijadikan dasar atau acuan dalam membuat antarmuka dan positioning dari Ngebajay.

4.4 Proses Tahapan Perancangan User Interface

4.4.1 Moodboard

Penulis menyusun moodboard berdasarkan konsep visual yang telah dibuat. Tone and manner yang digunakan untuk menyusun moodboard ini, yaitu menggunakan kata kunci clean, modern, simple. Moodboard yang dibuat oleh penulis, menjadi acuan membuat elemen dan ikon dalam perancangan aplikasi "Ngebajay".

4.2 Moodboard

Kata kunci clean pada moodboard merepresentasikan tampilan pada aplikasi sederhana dan minimalis. Kata kunci modern menampilkan penggunaan gaya ikon dengan dua warna dan menggunakan warna biru. Kata kunci simple menampilkan gaya ilustrasi yang digunakan sederhana agar selaras dengan konsep utama aplikasi ini. Penulis menggunakan konsep sederhana agar mempermudah user dalam mengakses aplikasi "Ngebajay".

4.4.2 Konsep Perancangan Aplikasi "Ngebajay"

merupakan aplikasi pemesanan bajaj untuk berkeliling Jakarta. Aplikasi ini memiliki dua sasaran pengguna, yaitu 15-29 tahun dan 30-45 tahun. Dengan adanya dua target pengguna dan rentang umur yang jauh, penulis membuat aplikasi ini mudah digunakan. Aplikasi yang mudah digunakan dan mudah dimengerti oleh umur batas bawah maupun batas atas. Oleh karena itu, penulis membuat aplikasi "Ngebajay" dengan simple dan clean. Pemilihan warna yang kontras supaya user tidak kebingungan dalam menggunakan aplikasi. Aplikasi "Ngebajay" juga memiliki fitur yang memudahkan user dalam memesan bajaj, yaitu scan sekarang.

4.4.3 Logo

Logo pada aplikasi "Ngebajay" menggunakan dua warna primer, yaitu biru dan biru muda. Biru muda pada sudut kanan atas memiliki filosofi bahwa teknologi yang terus maju sehingga dapat berinovasi. Lingkaran pada logo memiliki makna daerah

Jakarta yang saling berdekatan dan memiliki konektivitas. Segitiga pada masing-masing sudut memiliki makna daerah Jabodetabek yang berada disekitar Jakarta. Sedangkan bulat dengan empat tonjolan terinspirasi dari roda bajaj yang terus berputar. 36 Gambar 4. 3 Sketsa Logo Gambar 4. 4 Logo Ngebajay 4.4.4 Color Pallete Pemilihan warna pada perancangan ini sesuai dengan tone and manner yang telah ditentukan. Warna yang digunakan pada perancangan aplikasi ini terbagi menjadi dua, yaitu warna primer dan warna sekunder. Ketika warna berbicara bajaj, masyarakat langsung menyebutkan biru dan orange. Hal tersebut menjadi alasan utama penulis. Berikut merupakan warna yang digunakan pada aplikasi "Ngebajay": 37 Gambar 4. 5 Warna 4.4.5 Font Pada perancangan user interface aplikasi "Ngebajay", penulis menggunakan typeface sans-serif. Sans-serif dapat memberikan kesan modern dan cocok untuk penggunaan media digital. Font yang digunakan, yaitu Lato. Lato memiliki bentuk yang sederhana, tipis, namun memberikan kesan modern sehingga selaras dengan kata kunci yang telah ditentukan. Font ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga mudah dipahami oleh user. Menurut design material Apple, ukuran font yang digunakan pada aplikasi, yaitu 11-30 pt. Gambar 4. 6 Tipografi 4.4.6 Ikon Perancangan antarmuka menggunakan dua jenis ikon, yaitu icon sebagai navigasi dan icon sebagai kategori layanan. Ikon sebagai navigasi hanya menggunakan gaya line art. Sedangkan ikon sebagai kategori layanan menggunakan gambar berupa foto. Ikon dibuat sederhana sehingga mudah dipahami oleh pengguna. Gambar 4. 7 Icon 38 4.4.7 Tombol Tombol yang digunakan pada aplikasi "Ngebajay" berbentuk round dengan corner radius 100 px dan ukuran yang berbeda-beda. Pemilihan corner radius ini, untuk memberi kesan modern dan tidak formal. Ukuran font yang digunakan pada setiap navigasi, yaitu 14 pt. Tombol terbagi menjadi dua varian, yaitu default yang menjadi tombol primer dan hover yang digunakan untuk menandakan tombol sedang ditekan oleh user. Tombol default menggunakan warna putih dengan outline warna primer dengan kode warna #145BC1. Tombol yang hovering menggunakan warna #145BC1 dan drop shadow. Gambar 4. 8 Tombol 4.4.8 Person

a Persona dirancang berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan. Hasil riset yang ditetapkan pada strategi segmentasi terbagi menjadi dua, berusia 15-29 tahun dan 30-45 tahun, bertempat tinggal di Jakarta, dan status ekonomi SES B/C. Maka dari itu, penulis menggunakan dua persona, yaitu Queena berusia 22 tahun yang bertempat tinggal di Jakarta Utara dan Siti berusia 41 tahun yang bertempat tinggal di Jakarta Selatan. Gambar 4. 9 User Persona Queena 39 Gambar 4. 10 User Persona Siti 4.4.9 Sitemap Sitemap merupakan peta konsep yang menjelaskan hubungan antar halaman pada aplikasi (Rifqi, 2021). Tahap pembuatan sitemap bertujuan untuk mempermudah proses pembuatan aplikasi "Ngebajay". Penulis menyusun sitemap yang menampilkan struktur dan halaman-halaman utama pada aplikasi. Halaman pertama yang akan muncul ketika user membuka aplikasi, yaitu munculnya splash screen berupa logo dari "Ngebajay". Selanjutnya, penulis akan disajikan halaman "log in or sign up". Fungsi dari log in dan sign up, yaitu untuk mendaftarkan akun pengguna pada aplikasi. Seluruh pengguna wajib memiliki akun sebelum masuk ke halaman selanjutnya. **26** Pengguna yang tidak memiliki akun, dapat membuat akun dengan mengisi data-data pribadi, seperti nama, email, nomor telepon, dan password. Sedangkan, pengguna yang memiliki akun hanya menginput email atau nomor telepon dan password. Pengguna yang sudah berhasil log in atau sign up, kemudian akan masuk pada halaman beranda. Pada halaman ini, pengguna akan ditampilkan tiga layanan, yaitu bajay, bajay luxe, dan bajay kirim. Perbedaan bajay dan bajay luxe terletak pada unit dan kenyamanan yang ditawarkan. Halaman beranda juga terdapat artikel yang berisi informasi destinasi yang ada di Jakarta dan fitur lainnya. Navigasi lainnya disajikan pada tab bar yang terletak pada bagian bawah telepon. Terdapat empat navigasi yang terdapat pada tab bar, yaitu beranda, chat, scan, pesanan, dan akun. 40 Gambar 4. 11 Sitemap 4.4.10 App Name Perancangan antarmuka aplikasi pemesanan bajay secara online yang dirancang oleh penulis bernama "Ngebajay". Dalam penulisannya, istilah "Bajay" digunakan sebagai pengganti "bajaj" agar lebih

mudah dipahami oleh masyarakat yang tidak familiar dengan istilah tersebut. Selain itu, Pemilihan nama yang ringan dan sederhana bertujuan agar mudah diingat oleh masyarakat. 41 4.4.11 Sketch Gambar 4. 12 Sketsa Karakter 4.4

31 12 Flowchart User flow merupakan alur kerja yang menggambarkan sebuah sistem atau proses dengan terstruktur. Pada perancangan ini, flowchart memiliki tujuan untuk memahami pengalaman user dalam menggunakan aplikasi, interaksi pengguna dan mengoptimalkan interaksi yang ada di aplikasi.

Penulis membuat alur utama, yaitu untuk melakukan pemesanan bajaj melalui aplikasi. Berdasarkan data yang didapatkan dan analisis hasil, maka ditetapkan flowchart yang akan penulis buat yaitu dari sisi pengguna atau calon penumpang. 42 Gambar 4. 13 Flowchart 4.4.13 Grid App

Sistem grid yang digunakan pada aplikasi ini, yaitu colomn grid Penggunaan grid pada aplikasi "Ngebajay" terbagi menjadi empat kolom dengan margin 25 px dan gutter 20 px. Penentuan margin didasari oleh ukuran yang sering digunakan oleh para UI/UX Designer dan memperhatikan grid pada aplikasi lain. 43 Gambar 4. 14 Grid App 4.4.14 Low

Fidelity Pada tahap pembuatan wireframe low fidelity, berisi tampilan antarmuka sebagai acuan desain kasar tanpa adanya akurasi ukuran piksel.

Wireframe low fidelity ini dibuat dibuat saat penulis mendapatkan ide dan merancang gagasan tersebut. Gambar 4. 15 Low fidelity 4.4.15

Wireframe Wireframe merupakan kerangka awal dalam melakukan perancangan aplikasi maupun website. Wireframe menggambarkan visual yang ada di aplikasi nanti, mulai dari layout, tipografi, ikon, tombol, gambar, 44

dan lainnya. Pembuatan wireframe berpatokan pada sitemap yang telah dibuat. Pada pembuatan aplikasi ini menggunakan ukuran 390x844px. Gambar

4. 16 Wireframe Sebelum menggunakan aplikasi, user wajib memiliki akun Ngebajay. Akun Ngebajay dapat dibuat dengan melakukan input nama, nomor telepon, dan kata sandi. User yang sudah memiliki akun dapat langsung masuk pada halaman login. Jika lupa kata sandi, user dapat masukkan nomor telepon dan melakukan konfirmasi kode yang dikirim melalui

WhatsApp. 45 Gambar 4. 17 Lupa Password User dapat melakukan pemesanan

dengan memilih salah satu layanan pada halaman awal. Pada halaman ini, terdiri dari layanan, orderan terdahulu, destinasi Ngebajay, artikel, dan promo. User yang sudah memilih layanan dapat melanjutkan pesanan dengan memasukkan alamat tujuan. User dapat menghubungi pengemudi melalui aplikasi dengan memilih pesan atau telepon. Fitur ini dapat memudahkan pengemudi dan penumpang.

46 Gambar 4. 18 Pesan Bajaj 4.4.16 Ilustrasi Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang digunakan untuk menjelaskan atau menghias sesuatu (Indiria Maharsi). Sedangkan dalam UI Design, ilustrasi merupakan gambar visual yang dibuat untuk memperkaya dan melengkapi desain interface. Fungsi ilustrasi pada antarmuka bukan hanya sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai alat untuk mengkomunikasikan ide, menyampaikan pesan, dan membantu pengguna dalam penggunaan aplikasi. Selain penggunaan gambar berupa foto sebagai penjelasan suatu objek, penulis juga menggunakan gambar ilustrasi untuk memberikan penekanan informasi. Ilustrasi disajikan dengan body copy atau teks isi sebagai penjelasan informasi yang ingin disampaikan. Penulis menggunakan ilustrasi yang konsisten untuk menciptakan brand awareness dan menciptakan pengalaman yang berbeda di pikiran pengguna. Maskot pada perancangan ini bertujuan sebagai ambience media. Maskot digunakan untuk kebutuhan promosi berupa merchandise. Setelah penulis melakukan analisis visual terhadap aplikasi kompetitor dan moodboard yang telah dibuat, jenis ilustrasi yang digunakan merupakan ilustrasi dengan gaya flat design. Ilustrasi menggunakan warna primer dari "Ngebajay" yaitu biru. Ilustrasi berupa seseorang yang menjadi tokoh utama di sinetron Indonesia yang berjudul Bajaj Bajuri. Pemilihan karakter Bajuri karena masyarakat familiar sudah familiar dengan karakter tersebut yang berperan sebagai pengemudi bajaj dan keturunan betawi. Nama dari ilustrasi tersebut yaitu Bangjay, yang memiliki arti Abang Bajay. Alasan pemilihan kata "Bang" karena masyarakat Jakarta biasa memanggil sebutan "Bang" kepada pengemudi transportasi. Bangjay ditampilkan dengan pakaian batik, rompi, bucket hat, sabuk betawi dan handuk. Pakaian tersebut dipilih berdasarkan hasil observasi dengan penggabungan

aksesoris betawi, pengemudi bajay, karakter Bajuri, dan seragam yang akan digunakan oleh 47 pengemudi "Ngebajay". Maskot Bangjay berjenis realistis karena menggunakan karakter manusia yang disajikan dengan ilustrasi. Gambar 4. 19 Sketsa Ilustrasi Bangjay Gambar 4. 20 Ilustrasi Karakter 4.4.17

High Fidelity Setelah melakukan perancangan elemen-elemen visual yang dibutuhkan langkah selanjutnya, yaitu menggabungkan menjadi satu kesatuan antarmuka pengguna (UI) aplikasi. Untuk membuat UI yang baik, perlu mempertimbangkan pemilihan warna, jenis huruf, ikon, tombol, hingga sistem grid agar alur baca yang mudah dipahami oleh pengguna. 48 Gambar 4.

21 High Fidelity 1. Halaman Daftar atau Masuk Gambar 4. 22 Daftar atau Masuk 49 Halaman daftar atau masuk menggunakan font yang mudah dibaca dan berwarna kontras. Font yang digunakan pada perancangan ini, yaitu Lato dan Inter. Pada halaman ini, pengguna diberikan dua pilihan dalam melakukan aktivitas login, yaitu menggunakan formulir dan akun Google. Pengguna yang melakukan login melalui formulir dapat mengisi dua baris yang telah disediakan yang berisi kode negara, nomor telepon, dan kata sandi. Pengguna yang belum memiliki akun dapat memilih tombol "daftar" dan mengisi formulir yang terdapat pada halaman daftar. Setelah mengisi seluruh formulir, pengguna melakukan proses validasi dengan memasukkan kode One Time Password (OTP) yang telah dikirim melalui WhatsApp atau SMS. 2. Halaman Lupa dan Reset Password Gambar 4. 23 Lupa dan Reset Password Halaman ini memiliki fungsi untuk pengguna yang memiliki akun "Ngebajay" tetapi lupa password. Pada halaman ini terdapat satu formulir yang harus diisi oleh pengguna, yaitu kode negara dan nomor telepon. Pengguna yang telah mengisi kode OTP masuk pada halaman reset password. Setelah proses reset password berhasil kemudian terdapat pop up dan masuk pada halaman "visibility of system status . 2 "visibility of system status 17 44 memiliki fungsi untuk memberikan feedback berupa informasi kepada pengguna. 50 3. Homepage Setelah melakukan login atau sign up, pengguna masuk pada homepage. Pada halaman ini berisi informasi berupa layanan yang ditawarkan, order terdahulu, artikel

destinasi, hingga promosi. Informasi tersebut memiliki isi yang berbeda-beda. Pada bagian layanan, pengguna disajikan dengan tiga jenis layanan, yaitu bajay, bajay luxe, dan bajay kirim. Pengguna dapat memilih layanan yang ingin digunakan dan sesuai dengan kebutuhan. Bagian artikel destinasi berisi rekomendasi destinasi dengan deskripsi singkat mengenai destinasi tersebut. Pengguna cukup tekan tombol pesan sekarang dan mengisi titik penjemputan untuk melakukan pemesanan. Sedangkan bagian promosi, berisi app ads seputar diskon layanan. Tampilan visual pada aplikasi ngebajay didominasi oleh elemen visual berbentuk lingkaran yang diambil dari logo. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga konsistensi pada rancangan visual. Gambar 4. 24 Halaman Homepage 4. Halaman Order Bajay 51 Gambar 4. 25 Order Bajay Pengguna yang telah memilih layanan bajay akan menerima pop up yang berisi informasi untuk mengaktifkan lokasi dan terdapat dua tombol, yaitu aktifkan dan tidak. Setelah memilih, pengguna masuk pada halaman lokasi yang dapat diinput alamat penjemputan maupun tujuan dan memilih jenis layanan Bajay ataupun Bajay Luxe. Pengguna yang telah melakukan pemesanan, kemudian masuk pada halaman pembayaran yang disajikan dengan radio button. Radio button berfungsi untuk pengguna memilih salah satu dari metode pembayaran yang disajikan. Pengguna juga dapat memilih serta memasukkan kode promo layanan. Untuk berkomunikasi dengan pengemudi, pengguna dapat menghubungi menggunakan pesan ataupun telepon. Halaman ini menggunakan font yang mudah dibaca dan warna yang kontras sehingga dapat dipahami oleh pengguna. 5. Halaman Chat dan Notifikasi 52 Gambar 4. 26 Chat dan Notifikasi Pengguna yang sedang memesan bajay dapat berkomunikasi dengan pengemudi melalui halaman pesan yang terdapat pada bagian header beranda. Ketika pengguna telah melakukan percakapan, mereka dapat melihat riwayat pesan pada halaman pesan dan melanjutkan komunikasi dengan pengemudi. Pengguna yang belum melakukan percakapan melalui pesan akan melihat ilustrasi dari maskot "Ngebajay". Pada halaman notifikasi, pengguna dapat melihat promo yang ditawarkan oleh "Ngebajay" serta melacak pesanan. Halaman ini menggunakan dua warna

yang berbeda dan kontras untuk membedakan bagian yang telah dibaca dan belum dibaca. 6. Halaman Scan Bajaj Gambar 4. 27 Scan Bajaj Halaman scan bajaj dapat digunakan oleh pengguna yang ingin memesan bajaj secara instan. Pengguna dapat memindai barcode yang terpasang pada bagian pintu bajaj. Pada bagian ini, halaman terkoneksi dengan kamera dan terdapat penjelasan untuk penggunaan fitur ini. Hal tersebut bertujuan agar pengguna tidak kesulitan dalam menggunakan fitur tersebut. 53 7. Halaman Pesanan Gambar 4. 28 Pesanan Halaman pesanan memiliki dua opsi: "dalam proses" dan "selesai", yang ditampilkan dengan tombol yang berbeda warna untuk menyoroti status halaman pengguna. Opsi "dalam proses" menampilkan pesanan yang belum dibayar atau sedang diproses, sementara "selesai" menampilkan informasi lengkap mengenai pesanan yang sudah dilakukan, termasuk harga, pengemudi, jenis layanan, dan alamat. Di bagian "selesai", pengguna dapat memesan titik penjemputan dan tujuan yang sama. Halaman riwayat pesanan menggunakan beberapa warna yang berbeda untuk membedakan informasi yang berbeda. 40 Setiap warna memiliki makna yang berbeda dan bertujuan untuk membedakan informasi satu sama lain. 8. Akun 54 Gambar 4. 29 Akun Halaman profil memuat sejumlah pengaturan yang bisa disesuaikan oleh pengguna. Antara lain, terdapat opsi untuk mengedit profil, menyesuaikan notifikasi, mengatur keamanan, mengundang teman, mengakses pusat bantuan, dan keluar dari akun. Tiap pengaturan didampingi dengan ikon yang menggambarkan fungsinya, memudahkan pengguna untuk mengidentifikasinya tanpa harus membaca teksnya terlebih dahulu. Keseluruhan tombol pada halaman ini memiliki konsistensi menggunakan warna biru untuk meningkatkan keterbacaan. Di bagian undang teman, tombol undangan yang sudah terkirim akan berubah menjadi garis dengan font berwarna biru.

4.5 Prototype Design Antarmuka aplikasi "Ngebajay" yang telah selesai dirancang berisi desain visual dan fitur-fitur kemudian akan dihubungkan menggunakan prototype. Prototype merupakan proses pembuatan rancangan tampilan sebuah aplikasi atau website yang akan diimplementasikan supaya menghasilkan suatu produk yang siap uji (Putra, Fahrudin, & Asfi,

2021). Prototype memiliki fungsi untuk melihat aksi dari fitur yang telah dibuat dan dilanjutkan untuk melakukan user testing. Penulis membuat prototype menggunakan Figma. 55 Perancangan prototype dengan skenario pengguna yang ingin memesan bajaj melalui aplikasi, mulai dari daftar akun hingga pembayaran pesanan. Berikut merupakan link dari prototype Figma: <https://bit.ly/PrototypeNgebajay>. Gambar 4. 30 Prototype Design

4.6 Media Pendukung

Terdapat dua jenis media pendukung, yaitu media pendukung primer dan sekunder. Media pendukung primer merupakan media pendukung yang akan digunakan oleh pengemudi sebagai identitas, sedangkan media pendukung sekunder berupa promosi mengenai aplikasi "Ngebajay" serta merchandise yang akan didapat oleh pengguna dengan menukarkan poin pada aplikasi.

4.6.1 Media Pendukung Primer

Media pendukung primer merupakan media yang akan digunakan oleh pengemudi maupun terdapat pada unit bajaj. Pengemudi bajaj menggunakan rompi dan bucket hat sebagai atribut. Selain itu, penulis menambahkan pembeda pada unit bajaj yang akan digunakan, seperti stiker super graphic dan scan barcode untuk mempermudah pemesanan bajaj. Tujuan pembuatan media pendukung ini, yaitu untuk membangun brand awareness di masyarakat dan sebagai identitas pengemudi.

4.6.1.1 Rompi

Penulis membuat rompi sebagai atribut dan identitas yang digunakan oleh pengemudi. Pemilihan rompi sebagai identitas pengemudi didasarkan pada pembeda pengemudi "Ngebajay" dengan yang lainnya serta kenyamanan penggunaannya secara terus menerus. Rompi menggunakan warna biru sebagai warna primer 56 "Ngebajay" dan dilengkapi dengan nama pengemudi, tagline, logo "Ngebajay", serta barcode dari aplikasi. Pemilihan warna biru pada rompi bertujuan untuk membangun brand awareness di masyarakat. Gambar 4. 31 Mockup Rompi

4.6.1.2 Bucket Hat

Bucket hat digunakan sebagai atribut pengemudi. Pemilihan warna bucket hat konsisten dengan warna brand, yaitu biru. Bucket hat dilengkapi dengan logo dan barcode dari aplikasi. Pemilihan bucket hat sebagai media pendukung primer didasarkan oleh hasil observasi penulis terhadap pengemudi bajaj. Mayoritas pengemudi bajaj menggunakan topi atau bucket

hat sebagai atribut yang mereka gunakan. Gambar 4. 32 Mockup Bucket Hat 4.6.1.3 Handuk Handuk sebagai media pendukung primer dipilih berdasarkan hasil observasi terhadap pengemudi bajaj. Pengemudi bajaj selalu membawa handuk dan diletakkan di bahu pengemudi atau di dalam bajaj. Handuk 57 menggunakan warna secondary, yaitu oranye. Handuk dilengkapi dengan logo ngebajay berwarna putih dengan bordir. Gambar 4. 33 Mockup Handuk 4.6.1.4 Stiker Scan Barcode Stiker scan barcode sebagai pendukung fitur yang ada di aplikasi. Pengguna dapat melakukan scan barcode yang tertera untuk memesan bajaj tanpa menunggu. Stiker ini ditempel dekat jendela penumpang untuk menarik perhatian. Stiker disajikan dengan desain yang simple dan clean serta terdapat judul, logo, dan barcode. Pemilihan gaya visual yang simple dan clean agar penumpang terfokus pada barcode yang dapat di scan pada aplikasi. Warna yang digunakan pada stiker scan barcode, yaitu biru tua dengan aksen gradasi biru muda. Layout pada stiker scan barcode menggunakan prinsip proximity yang menampilkan elemen-elemen yang berhubungan saling berdekatan. Gambar 4. 34 Stiker Scan 58 4.6.1.5 Livery Bajaj Livery bajaj berfungsi sebagai pembeda bajaj yang dapat dipesan melalui aplikasi "Ngebajay" serta untuk membangun brand awareness. Livery terdiri dari supergraphic yang diadopsi dari logo "Ngebajay" dengan perpaduan warna biru muda, putih, dan oranye. Warna yang mendominasi livery, yaitu biru muda. Selain itu, terdapat juga logo serta tagline "Ngebajay". Gambar 4. 35 Mockup Livery Bajaj 4.6.1.6 Titik Jemput Titik jemput berfungsi untuk mempermudah bertemunya pengguna dan pengemudi dan mengurangi penumpukan bajaj disekitar lokasi yang padat. Titik jemput menggunakan warna primer brand dengan ukuran 95x180 cm. Gambar 4. 36 Mockup Titik Jemput 59 4.6.2 Media Pendukung Sekunder Media pendukung sekunder merupakan media yang digunakan untuk promosi bersifat persuasif. Tujuan promosi aplikasi ini, yaitu untuk meningkatkan brand awareness dan mengajak audience mendownload aplikasi "Ngebajay". Terdapat dua Key Visual (KV) yang dibuat oleh penulis. KV memiliki gaya visual yang berbeda

dan tujuan yang berbeda. Key visual pertama untuk kebutuhan promosi, seperti billboard dan Instagram dengan menggunakan foto dan gradasi warna. Gaya visual tersebut dipilih karena lebih hidup dan menarik audience. Key visual kedua untuk kebutuhan merchandise dengan gaya ilustrasi dan menampilkan maskot Bangjay. Key visual ini sebagai media ambient dengan memunculkan maskot dan ilustrasi bajaj.

4.6.2.1 Instagram Feeds

Instagram feeds digunakan sebagai media promosi yang menargetkan pengguna primer aplikasi "Ngebajay" berumur 15-29 tahun. Instagram feeds memiliki ukuran 1080 x 1080px. Pemilihan Instagram menjadi media pendukung karena target pengguna primer dan sekunder sering menggunakan Instagram untuk mencari destinasi ataupun hal yang baru. Terdapat satu KV dengan copy of visual dan foto yang berbeda-beda pada setiap postingan. Konten Instagram feeds terbagi menjadi dua, yaitu untuk pengguna dan pengemudi. Penggunaan warna konsisten dengan kombinasi warna primer dan sekunder, yaitu warna biru tua dengan gradasi biru muda, tulisan berwarna putih dan penekanan tulisan berwarna oranye. Tulisan diletakkan di sisi kiri rancangan visual menggunakan jenis huruf Lato Bold dan Inter Regular. Foto model diletakkan pada sisi kanan rancangan visual. Pada bagian bawah rancangan, digunakan warna biru tua dengan aksesoris supergraphic berisikan barcode aplikasi. Gambar 4. 37 Instagram Feeds

4.6.2.2 Preview App Screen

Preview app screen yang digunakan untuk memberikan beberapa tampilan aplikasi pada Google Play Store dan App Store. Pemilihan preview app screen sebagai media pendukung, yaitu untuk memberikan gambaran singkat mengenai fitur dan cara penggunaan aplikasi. Media pendukung ini berukuran 1920 x 1080 px. Penggunaan warna dengan mengkombinasikan warna biru tua dengan gradasi biru muda. Tulisan diletakkan 60 di sisi tengah rancangan visual menggunakan jenis huruf Lato Regular. Mockup aplikasi diletakkan pada sisi tengah rancangan visual. Pemilihan layout tersebut untuk mempermudah keterbacaan oleh pengguna. Gambar 4. 38 Mockup Preview App

4.6.2.3 Billboard

Billboard yang digunakan untuk media promosi beradai di dua lokasi, yaitu di

stasiun dan billboard statis di bawah stasiun MRT. Titik promosi billboard dipilih berdasarkan hasil observasi dari kebiasaan pengguna maupun keberadaan bajaj. Desain pada billboard menggunakan KV yang sama seperti Instagram feeds, yaitu menggunakan foto maupun mockup aplikasi, barcode aplikasi, dan warna biru tua dengan gradasi biru muda. Warna yang digunakan pun tetap sama agar konsisten dan mudah diingat oleh masyarakat. Billboard stasiun memiliki ukuran 160 x 300 cm dan billboard statis di bawah stasiun MRT memiliki ukuran 400 x 200 cm.

Gambar 4. 39 Mockup Billboard 61 4.6.2.4 Hanging Alley Panel Penulis memilih Hanging alley panel sebagai media pendukung untuk promosi karena penulis ingin menargetkan pengguna primer dan sekunder yang bekerja maupun berekreasi ke Jakarta menggunakan kereta. Desain yang digunakan masih menggunakan KV yang sama, tetapi berbeda konten yang disajikan.

Hanging alley panel memiliki ukuran 27 x 100 cm. Gambar 4. 40

Mockup Hanging Alley 4.6.2.5 Iklan Youtube Penulis menyasar audience pengguna sekunder berumur 30-45 tahun pada media pendukung iklan Youtube. Penulis memilih iklan youtube karena berdasarkan hasil observasi pengguna sekunder sering menggunakan Youtube video maupun Reels. Iklan Youtube menampilkan secara sederhana mockup fitur-fitur yang ada di aplikasi "Ngebajay" dengan menggunakan warna biru. Iklan Youtube bertujuan menarik audience untuk mencoba aplikasi "Ngebajay". Gambar 4. 41 Mockup Iklan

Youtube 62 4.6.2.6 Trifold Brochure Leaflet ini bertujuan memberikan informasi rekomendasi destinasi bagi pengguna. Leaflet dibagi menjadi beberapa edisi wilayah, seperti Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Utara, dan lain-lain. Leaflet menggunakan ilustrasi dan foto destinasi dengan warna dominasi biru. Leaflet berukuran A4 (29,7 x 21 cm) dan menggunakan bahan art paper 150 gsm. Gambar 4. 42 Mockup Trifold

Brochure 4.6.2.7 Tas Belanja Pemilihan tas belanja sebagai merchandise karena dapat digunakan oleh pengguna primer dari aplikasi Ngebajay, yaitu wanita. Saat ini, minimarket atau pusat perbelanjaan sudah tidak menyediakan plastik. Oleh karena itu, merchandise ini akan digunakan oleh

pengguna dan meningkatkan brand awareness "Ngebajay". Tas belanja menggunakan ilustrasi, berukuran 42 x 31 cm, dan berbahan parasut. 63

Gambar 4. 43 Mockup Tas Belanja 4.6.2.8 Tumbler Tumbler sebagai merchandise bertujuan untuk meningkatkan brand awareness di masyarakat. Pemilihan tumbler sebagai merchandise didasarkan pada kebiasaan target primer dan sekunder yang sering membawa tumbler saat berpergian. Tumbler dibuat dua jenis untuk target yang berbeda. Tumbler dengan jenis grafir terdapat ilustrasi bajaj, logo dan barcode pemesanan. Tumbler jenis ini untuk pengguna primer aplikasi "Ngebajay". Tumbler dengan jenis full print berbentuk emoji dari maskot. Tumbler jenis ini untuk pengguna sekunder aplikasi "Ngebajay", hal tersebut dipilih karena pengguna sekunder biasa menggunakan tumbler print untuk pemakaian pribadi ataupun untuk keluarganya. Gambar 4. 44 Mockup Tumbler 64 4.6.2.9 Mug Mug sebagai merchandise menargetkan pengguna sekunder. Pemilihan mug karena berdasarkan hasil observasi penulis pengguna sekunder membutuhkan mug untuk di rumah maupun di kantor. Desain yang digunakan pada mug merupakan ilustrasi yang berbentuk bajaj, maskot, hingga beberapa tempat di Jakarta. Gambar 4. 45 Mockup Mug 4.6.2.10 E-Money E-money dipilih sebagai merchandise karena pengguna primer maupun sekunder sering berpergian menggunakan kereta, MRT, maupun Transjakarta untuk beraktifitas atau berekreasi ke Jakarta. Desain yang digunakan pada e-money merupakan ilustrasi. Gambar 2. 17 Mockup E-money 65 4.6.2.11 Tripod Banner Tripod banner sebagai media promosi aplikasi "Ngebajay" berisi ajakan untuk menggunakan aplikasi serta informasi mengenai promo layanan. Tripod banner dapat digunakan di acara, halte, maupun tempat rekreasi. Banner memiliki ukuran A2 (42 x 59,4 cm) dengan gaya visual menggunakan foto yang ekspresif. Gambar 4. 46 Mockup Tripod Banner 66

BAB V KESIMPULAN 5.1 Kesimpulan Pada perancangan antarmuka (UI) aplikasi seluler ini diawali dengan melakukan pengumpulan data terhadap masalah yang diangkat pada Tugas Akhir. 10 34 Pengumpulan data pada perancangan ini terdiri dari 4 metode, yaitu observasi, wawancara, literatur, dan kuesioner. Setelah melakukan pengumpulan data,

penulis menemukan solusi dari permasalahan yang ada, yaitu membuat perancangan aplikasi pemesanan bajaj secara online yang bernama "Ngebajay". Aplikasi "Ngebajay" bertujuan untuk mempermudah pemesanan bajaj untuk transportasi berkeliling Jakarta ataupun mobilisasi masyarakat. Tujuan tersebut diimplementasikan pada tampilan antarmuka (UI) aplikasi pemesanan bajaj secara online. Dalam melakukan perancangan aplikasi "Ngebajay", penulis menggunakan "Apple Material" sebagai acuan dalam menentukan ukuran huruf hingga margin. Setelah melakukan perancangan aplikasi ini, penulis mendapatkan banyak pemahaman lebih dalam membuat antarmuka aplikasi. Penulis memahami pentingnya konsistensi warna dan bentuk pada navigasi untuk mempermudah ingatan pengguna.

5.2 Saran Pembuatan antarmuka aplikasi

membutuhkan proses yang panjang, mulai dari identifikasi permasalahan, menemukan solusi, hingga uji coba terhadap pengguna agar tepat sasaran. Sebagai mahasiswa, penulis ingin memberikan kontribusi terhadap masyarakat melalui perancangan antarmuka aplikasi ini.

8 Setelah melakukan perancangan antarmuka aplikasi "Ngebajay", terdapat beberapa saran dari penulis yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti melakukan riset terhadap permasalahan dan tetap sesuai dengan batasan masalah yang telah dibuat.
2. Peneliti perlu melakukan komparasi aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat serta membuat tabel perbandingan untuk dilakukan penyempurnaan pada perancangan antarmuka yang akan dibuat.
3. Sebelum mulai pembuatan antarmuka aplikasi, peneliti membuat user persona dan sitemap untuk mempermudah dalam merancang antarmuka dan sesuai dengan yang dibutuhkan pengguna.
4. Setelah melakukan perancangan, penting untuk melakukan uji coba aplikasi kepada target pengguna untuk mengetahui feedback pengguna terhadap aplikasi "Ngebajay".



REPORT #21945085

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.48% djournals.com	●
	https://djournals.com/klik/article/download/1072/643	
INTERNET SOURCE		
2.	0.47% idseducation.com	●
	https://idseducation.com/menyelami-prinsip-desain/	
INTERNET SOURCE		
3.	0.4% tatakota.ub.ac.id	●
	https://tatakota.ub.ac.id/index.php/tatakota/article/view/260	
INTERNET SOURCE		
4.	0.33% e-journal.uajy.ac.id	●
	http://e-journal.uajy.ac.id/4294/2/1KOM02782.pdf	
INTERNET SOURCE		
5.	0.31% www.academia.edu	●
	https://www.academia.edu/35397646/Laporan_Observasi_Penggunaan_Media_...	
INTERNET SOURCE		
6.	0.31% www.semanticscholar.org	●
	https://www.semanticscholar.org/paper/Karakteristik-Moda-Angkutan-Umum-B..	
INTERNET SOURCE		
7.	0.27% j-ptiik.ub.ac.id	●
	https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/9973/4444/71100	
INTERNET SOURCE		
8.	0.27% ejournal.unesa.ac.id	●
	https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/download/47740/39826/	
INTERNET SOURCE		
9.	0.26% spada.uns.ac.id	●
	https://spada.uns.ac.id/mod/resource/view.php?id=181555	



REPORT #21945085

INTERNET SOURCE		
10. 0.25%	journal.isi.ac.id https://journal.isi.ac.id/index.php/lintas/article/download/12544/3619	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.24%	repository.unida.ac.id http://repository.unida.ac.id/2806/3/BAB%201.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
12. 0.23%	ejournal.itn.ac.id https://ejournal.itn.ac.id/index.php/mnemonic/article/download/5711/3788/	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.23%	e-journal.trisakti.ac.id https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/download/18395/10390/64...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.22%	e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/7698/3/TS213120.pdf	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.21%	journalkreatif.sttbandung.ac.id https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/download/30/26/...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.2%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/13242/1/MALIK%20AL%20SYIFA%20WINDU_PE...	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.19%	mrifqi.medium.com https://mrifqi.medium.com/ui-design-prinsip-dan-tahapan-ab5e0868676b	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.18%	id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Bajaj	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.18%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/360919-none-b992c0d2.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
20. 0.17%	ejournal.stiepancasetia.ac.id https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/download/847/518/	●



REPORT #21945085

INTERNET SOURCE		
21. 0.17%	repository.ubb.ac.id http://repository.ubb.ac.id/1391/1/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.17%	ejournal.unsrat.ac.id https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/spasial/article/download/17330/1687..	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.15%	www.slideshare.net https://www.slideshare.net/slideshow/hasil-laporan-observasi-pemasaran-jasa-...	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.15%	journal.ar-raniry.ac.id https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/sadida/article/download/3436/1655/	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.15%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3090/8/BAB%201.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
26. 0.14%	cdec-centrenord.org https://cdec-centrenord.org/author/admin1989/page/4/	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.13%	zeusanimation.com https://zeusanimation.com/2022/06/02/sedang-belajar-desain-ini-5-prinsip-das...	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.13%	research.binus.ac.id https://research.binus.ac.id/edutech/2020/11/neuroresearch-bentuk-lain-dari-m..	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.12%	kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/20934/8/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.12%	repository.podomorouniversity.ac.id http://repository.podomorouniversity.ac.id/695/13/23180001_TA_13_BAB3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.11%	journal.uui.ac.id https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/download/24106/13999/73491	●



REPORT #21945085

INTERNET SOURCE		
32.	0.11% lms-paralel.esaunggul.ac.id https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/mod/resource/view.php?id=205435	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.11% dspace.uui.ac.id https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/9517/LAPORAN%20MAGAN..	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1286/5/15.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.11% e-krenova.kuduskab.go.id https://e-krenova.kuduskab.go.id/picture/	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.1% library.binus.ac.id http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoc/Bab2/2013-2-02076-DS%20Bab2001...	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.09% www.pixel.web.id https://www.pixel.web.id/pengertian-desain-grafis/	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.09% telkomuniversity.ac.id https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-da...	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.09% www.kompas.com https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/04/170000469/desain--pengertia...	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.09% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5109997/macam-macam-warna-contoh-da...	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.08% jpb.fisip.unila.ac.id https://jpb.fisip.unila.ac.id/index.php/jpb/article/download/132/41	●
INTERNET SOURCE		
42.	0.08% radvoice.id https://radvoice.id/blog/model-aisas/	●



REPORT #21945085

INTERNET SOURCE		
43.	0.07% www.esaunggul.ac.id https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/2.-Penggunaan-Post...	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.07% pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/9d97/a9ad0819ec4385adbcb147c5906c43272a...	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.07% repo.itera.ac.id https://repo.itera.ac.id/assets/file_upload/SB2209060002/118220073_3_115638...	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.06% ejournal.unesa.ac.id https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/41181/35509/	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.06% e-journal.trisakti.ac.id https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/download/16250/10519/678..	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.06% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/18516/7/7.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.05% eprints.upj.ac.id http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3015/5/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.03% eprints.untirta.ac.id https://eprints.untirta.ac.id/977/1/Strategi%20Komunikasi%20Kelompok%20Ke...	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.08% djournals.com https://djournals.com/klik/article/download/1072/643	
INTERNET SOURCE		
2.	0.02% mrifqi.medium.com https://mrifqi.medium.com/ui-design-prinsip-dan-tahapan-ab5e0868676b	