

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aplikasi pembelian tiket bioskop daring memberikan kemudahan kepada pengguna untuk memesan tiket tanpa restriksi waktu dan tempat [1]. Tren pembelian tiket bioskop secara daring telah meningkat signifikan. Pemesanan tiket bioskop secara daring dianggap masyarakat lebih praktis dan mudah, bisa dilakukan di mana saja dan kapanpun [2]. Pada era digital Indonesia ini terdapat tujuh aplikasi booking yang paling populer digunakan di kalangan masyarakat, di antaranya adalah TIX ID, CGV Cinemas Indonesia, M.Tix, GoTix, Traveloka, Cinepolis Indonesia, dan Shopee [3]. Aplikasi M.Tix berhasil menjadi aplikasi terpopuler di kalangan *moviegoers* di Indonesia [4].

Evaluasi antarmuka aplikasi M.Tix dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan hasil yang belum optimal. Observasi UEQ menganalisis enam variabel utama, yaitu *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty* [5]. Hasil menunjukkan beberapa variabel dikategorikan “*Below Average*”, seperti variabel *Perspiciuity*, *Dependability*, dan *Stimulation*. Variabel *Attractiveness*, *Efficiency*, dan *Novelty* masuk ke dalam kategori “*Bad*”. Skala penilaian ini mencakup 5 kategori, di mana “*Excellent*” sebagai kategori terbaik, diikuti oleh “*Good*”, “*Above Average*”, “*Below Average*”, dan yang terburuk adalah kategori “*Bad*”.

Evaluasi antarmuka aplikasi Tix.Id dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dilakukan pada tahap *Problem Definition & Redefinition* eksperimen ini menghasilkan keempat aspek UEQ masuk ke dalam kategori “*Bad*”, yaitu *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, dan *Novelty*. 2 aspek UEQ lainnya masuk ke dalam kategori “*Below Average*” yaitu *Attractiveness* dan *Stimulation*.

Evaluasi antarmuka aplikasi CGV Cinemas Indonesia menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dilakukan pada tahap *Problem Definition & Redefinition* menghasilkan keenam aspek UEQ masuk ke dalam kategori “*Below Average*”.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, aplikasi M.Tix, Tix.Id dan CGV Cinemas Indonesia mendapatkan keseluruhan skor yang rendah, di mana dari keenam variabel tersebut tidak ada satupun variabel mendapatkan kategori “*Above Average*”, “*Good*”, atau “*Excellent*”. Permasalahan tersebut memberikan peluang dalam perancangan aplikasi pemesanan tiket bioskop daring untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan meningkatkan performa dari keenam variabel. Penelitian ini akan menggunakan metode *Design Thinking* agar dapat menciptakan desain aplikasi yang intuitif, sederhana, mudah digunakan bagi berbagai kalangan, dan dapat menyelesaikan berbagai permasalahan dari berbagai latar belakang pengguna yang berbeda-beda [6].

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana cara merancang Desain antarmuka aplikasi pemesanan tiket bioskop dengan metode *Design Thinking* yang dapat meningkatkan performa dari keenam variabel untuk mendapatkan kategori yang lebih baik?

C. Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

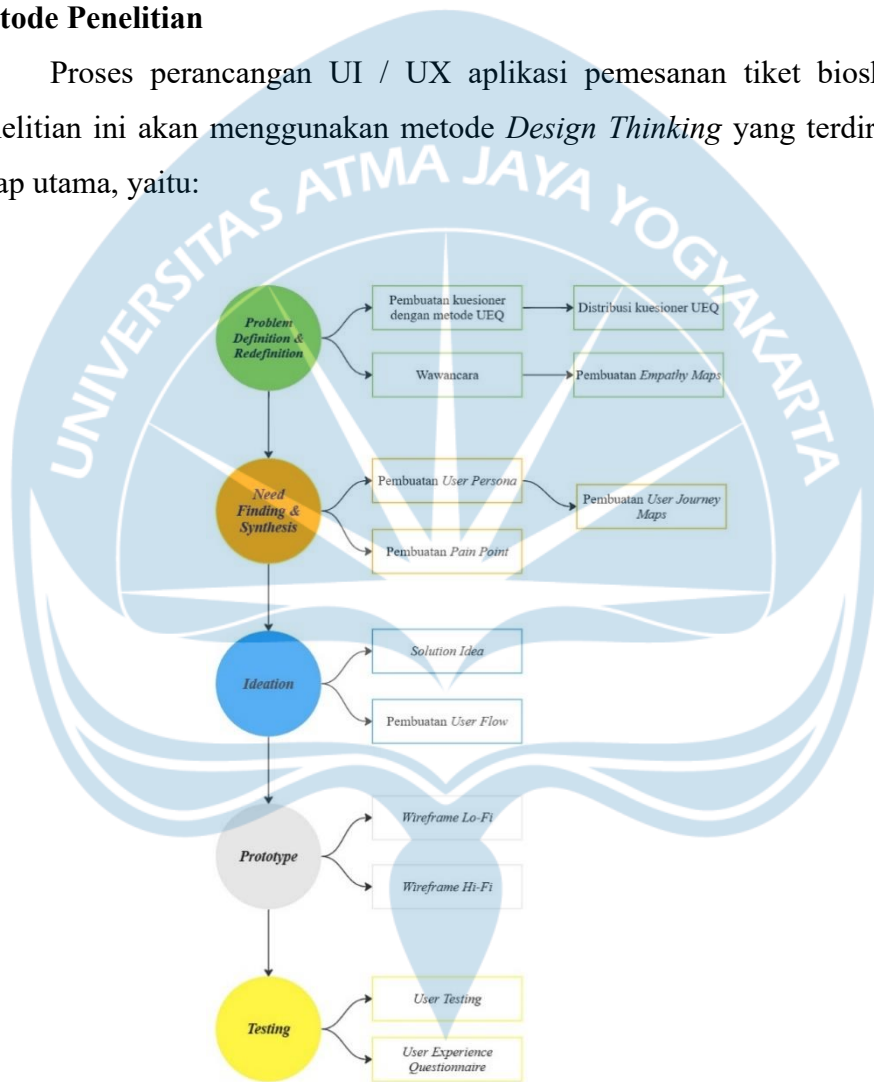
1. Desain aplikasi yang akan dibuat akan berfokus pada ruang lingkup target masyarakat yang berada di Jawa Tengah dan Yogyakarta.
2. Penelitian ini dibuat sebatas perancangan UI/UX hingga tahap prototipe dan pengujian.
3. Rancangan prototipe akan sebatas desain UI/UX untuk aplikasi *mobile* pemesanan tiket bioskop.
4. Perancangan desain akan mengacu pada aplikasi M.Tix, TIX ID, dan CGV Cinemas Indonesia sebagai acuan observasi dan evaluasi.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan metode *Design Thinking* pada perancangan antarmuka aplikasi pemesanan tiket bioskop. Dengan harapan dapat meningkatkan performa keenam variabel pada rancangan desain antarmuka.

E. Metode Penelitian

Proses perancangan UI / UX aplikasi pemesanan tiket bioskop dalam penelitian ini akan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap utama, yaitu:



Gambar 1 *Flowchart* Metode Penelitian

1. *Problem Definition and Redefinition*

a. Kuesioner

Kuesioner dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) akan dilakukan kepada 10 responden membandingkan tiga produk, yaitu M.Tix,

Tix.Id, dan CGV Cinemas Indonesia. Kuesioner dibuat menggunakan Google Form dan disebarikan melalui media Whatsapp. Data hasil kuesioner menghasilkan nilai skor untuk enam variabel *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*.

b. Wawancara

Dalam memahami pengalaman dan kebutuhan pengguna, wawancara akan dilakukan kepada 5 responden. Isi pertanyaan wawancara meliputi empat aspek yang digunakan untuk merancang *Empathy Maps*.

c. *Empathy Maps*

Perancangan *Empathy Maps* berisikan empat aspek, yaitu *says*, *does*, *thinks*, dan *feels*, data diperoleh dari proses wawancara yang telah dilakukan.

2. *Need Finding & Synthesis*

a. *User Persona*

Melakukan pembuatan dua *user persona* dengan karakter fiksi. Data akan digabungkan menjadi dua karakter baru sebagai representasi target pengguna untuk desain yang akan dibangun sebagai salah satu referensi pembuatan *user journey maps*.

b. *User Journey Maps*

Berdasarkan dengan dua *user persona* yang telah dibuat, dilanjutkan pembuatan *user journey maps* dengan pemetaan interaksi pengguna *step-by-step* dari segi *user goals*, *user problem*, *user action*, dan *opportunity*. Pemetaan *user journey maps* ini berdasarkan dengan interaksi pengguna dengan aplikasi pemesanan tiket bioskop.

c. *Pain Points*

Melakukan perumusan *pain points* berdasarkan dengan seluruh data yang telah dikumpulkan dari tahapan *empathize* hingga *define*.

3. *Ideation*

a. *Solution Idea*

Pembuatan ide-ide solusi dengan menggunakan teknik *brainstorming* mengenai kendala yang didapat pada *user journey maps* dan permasalahan yang dirumuskan pada *pain points*.

b. *User Flow*

Merancang *user flow* dengan *flowchart low fidelity* berdasarkan *solution idea* yang telah dirumuskan. Perancangan *user flow* akan menggunakan Figma dan aplikasi berbasis web Miro.

4. *Prototype*

a. *Low Fidelity Prototype*

Dimulai dengan pembuatan sketsa *low fidelity prototype* menggunakan alat sederhana seperti kertas A4 dan pensil warna. Sketsa kasar ini akan berisikan gambaran kasar *layout, function, dan division*. Sketsa kasar ini mengacu pada *solution idea* dan *user flow* yang telah dibuat.

b. *High Fidelity Prototype*

Menggunakan media aplikasi Figma dilanjutkan dengan pembuatan *high fidelity prototype* yang mengacu pada rancangan yang telah dibuat pada *low fidelity prototype*. Sketsa akan diperbaiki dengan penambahan logo, penggunaan warna, desain tombol, dan penggunaan *fonts* yang mendekati dengan desain aplikasi jadi.

5. *Testing*

a. *User Testing*

User Testing dilakukan kepada *Prototype* yang telah dikembangkan dengan metode *Usability Testing* untuk memastikan desain telah bekerja dengan baik.

b. *User Experience Questionnaire*

Responden akan dimintakan sekali lagi untuk mengisi formulir *User Experience Questionnaire* (UEQ) setelah mencoba desain antarmuka terbaru.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, memaparkan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan metode penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, memaparkan kajian pustaka dari jurnal-jurnal ilmiah dan sumber terpercaya lain yang dapat mendukung penelitian.

BAB III LANDASAN TEORI, memaparkan teori mengenai metode penelitian, metode pengumpulan data, dan perancangan dengan dukungan sumber ilmiah terpercaya.

BAB IV ANALISA DAN RANCANGAN EKSPERIMEN, memaparkan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan yang akan di bahas dan diselesaikan dalam eksperimen.

BAB V HASIL EKSPERIMEN DAN PEMBAHASAN, menjelaskan hasil dari eksperimen.

BAB VI PENUTUP, memberikan kesimpulan akhir dari hasil eksperimen beserta saran dan potensi pengembangan eksperimen terkait yang dapat dilanjutkan.