

PERANCANGAN *USER INTERFACE* APLIKASI JARINGAN SOSIAL UNTUK *SESSION PLAYER*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Felicia Evelyne

NPM : 2016610008



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2020**

PERANCANGAN *USER INTERFACE* APLIKASI JARINGAN SOSIAL UNTUK *SESSION PLAYER*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Felicia Evelyne

NPM : 2016610008



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Felicia Evelyne
NPM : 2016610008
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN *USER INTERFACE* APLIKASI
JARINGAN SOSIAL UNTUK *SESSION PLAYER*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

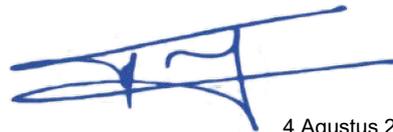
Bandung, Agustus 2020

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**



(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama



4 Agustus 2020

(Dr. Thedy Yogasara, S.T., M.EngSc)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Felicia Evelyne

NPM : 2016610008

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
PERANCANGAN *USER INTERFACE* APLIKASI JARINGAN SOSIAL UNTUK
SESSION PLAYER

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 3 Agustus 2020



Felicia Evelyne

NPM : 2016610008

ABSTRAK

Beragamnya jenis musik yang berkembang dan diminati masyarakat Indonesia membuka peluang bagi para musisi yang hendak memiliki karir profesional. Keterlibatan pemain musik dalam sebuah karya musik dapat dikategorikan sebagai pemain tetap dan pemain tidak tetap yang disebut *session player*. Profesi sebagai *session player* menuntut pemain untuk memiliki kemampuan musik yang baik, memahami berbagai aliran musik, serta pengalaman bermusik yang cukup tinggi. Hal ini membuat *session player* harus melakukan *self-branding* yang kuat agar kemampuan mereka dapat dikenal oleh konsumen *session player*. Konsumen *session player* adalah pihak yang membutuhkan jasa *session player*. Salah satu media untuk melakukan *self-branding* adalah aplikasi jejaring sosial pada *smartphone*. Namun, berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan kepada *session player* dan konsumennya, 100% responden dari kedua pihak mengalami kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan dan menemukan pemain yang sesuai dengan kriteria melalui jaringan sosial yang mereka gunakan saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna yang perlu diakomodasi, merancang dan mengevaluasi hasil rancangan *interface* aplikasi jaringan sosial untuk *session player*.

Penelitian ini menggunakan 4 tahapan desain interaksi dalam merancang aplikasi jaringan sosial bagi *session player*, yaitu identifikasi kebutuhan, pengembangan konsep, pembuatan *prototype*, dan evaluasi. Identifikasi kebutuhan pengguna dilakukan melalui proses wawancara. Dari *session player* didapatkan 36 kebutuhan yang dikelompokkan menjadi 10 *primary needs*, sedangkan dari konsumen *session player* didapatkan 23 kebutuhan yang dikelompokkan menjadi 8 *primary needs*. Metode *design workshop* dipilih untuk mengembangkan rancangan alternatif dan dihasilkan 4 alternatif konsep dalam bentuk *low fidelity prototype*. Seluruh alternatif konsep diseleksi menggunakan penilaian berdasarkan kriteria dan bobot kepentingannya. Alternatif konsep terpilih disempurnakan dengan menggunakan metode SCAMPER untuk menghasilkan *final concept*. *Final concept* dikembangkan menjadi *high fidelity prototype* menggunakan *software* Adobe XD untuk selanjutnya dievaluasi menggunakan *usability testing*.

Lima kriteria *usability* diujikan pada *prototype* aplikasi yang dinamai Muse. Dari hasil pengujian kuantitatif, didapatkan nilai 90,18% untuk kriteria *effectiveness* dan 95,54% untuk kriteria *efficiency*. Pengujian secara kualitatif menggunakan kuesioner SUS mendapatkan nilai 97,5% untuk kriteria *usefulness*, 90,83% untuk kriteria *learnability*, dan 92,92% untuk kriteria *satisfaction*. Nilai batas minimum dari pengujian kuantitatif dan kualitatif adalah 68%. Dua kuesioner tambahan digunakan pada penelitian, yaitu kuesioner *Perceived Usefulness* yang mendapatkan nilai 89,17% untuk kriteria *usefulness* dan *After Scenario Questionnaire* yang mendapatkan nilai 86,66% untuk kriteria *satisfaction*. Nilai minimum untuk kedua kuesioner adalah 60%. Dengan demikian, aplikasi jaringan sosial bagi *session player* yang dirancang telah memiliki kualitas *usability* yang baik.

ABSTRACT

The diverse types of music that are developing and attracting Indonesian people open up opportunities for musicians who want to have professional careers. The involvement of musicians in a music production can be categorized as a permanent player and a session player. The profession as a session player requires musicians to have good music skills, understand various musical genres, as well as high musical experiences. These conditions make session players have to do strong self-branding so that their abilities can be recognized by session player consumers. Session player consumers are those who need session player services. One of the media for self-branding is social networking applications on smartphones. However, based on preliminary research conducted to session players and consumers, 100% of respondents from both stakeholders have difficulty finding work and players who fit the criteria from the social networks they use today. Therefore, this study aims to identify the user needs that need to be accommodated, to design and to evaluate the interface design of social network applications for session players.

This study in designing the social network application for session players used 4 stages of design interaction which are identifying needs, concept development, prototyping, and evaluation. Identifying needs is done through an interview process. From the session player, 36 needs are grouped into 10 primary needs. In addition, from the consumers there are 23 needs that are grouped into 8 primary needs. The workshop design method was chosen to obtain an alternative design and produced 4 alternative concepts in the form of a low fidelity prototype. All alternative concepts were selected using an appraisal based on the criteria and importance of interests. The selected alternative concept was perfected using the SCAMPER method and produced the final concept. The final concept was designed in the form of high fidelity prototype using Adobe XD software and then was evaluated using usability testing

Five usability criteria were tested on the application prototype, named Muse. From the results of quantitative testing, the effectiveness score is 90.18% while the efficiency score is 95.54%. Qualitative testing was conducted using the SUS questionnaire, scored 97.5% for the usefulness, 90.83% for the learnability, and 92.92% for the satisfaction. The minimum value of quantitative and qualitative testing is 68%. Two additional questionnaires were used in the study, the Perceived Usefulness questionnaire got 89.17% score for the usefulness and the After Scenario Questionnaire obtained a value of 86.66% for the satisfaction. The minimum value of both questionnaires is 60%. Thus, the prototype of social networking application for session players has already had good usability quality.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang dilakukan untuk mata kuliah skripsi ini. Skripsi dengan judul “Perancangan *User Interface* Aplikasi Jejaring Sosial bagi *Session Player*” telah diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik di Program Studi Sarjana Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri UNPAR. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini melibatkan bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus. Terima kasih atas tuntunan, berkat dan anugerah berlimpah yang dicurahkan kepada penulis. *“The Lord is my strength and my shield; in him my heart trusts and I am helped; my heart exults, and with my song I give thanks to him.” (Psalm 28:7).*
2. Bapak Dr. Thedy Yogasara, S.T., M.EngSc selaku dosen pembimbing yang sudah dengan baik dan sabar membimbing dalam seluruh rangkaian proses penyusunan skripsi ini dan meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan.
3. Ibu Paulina Kus Ariningsih, S.T., M.Sc. dan Bapak Yansen Theopilus, S.T., M.T. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam sidang dan memberikan saran yang membangun bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen dan staf yang mengajar dan telah membagikan ilmunya selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Sarjana Teknik Industri.
5. Christian Liem Woen Chen, Suhani Djaja, Elizabeth Elvienna, dan Bartolomeu Astro yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman dan pelatih di tim UKM Bola UNPAR (Anaconda) yang selalu memberikan prestasi dan dukungan selama masa perkuliahan.

7. Cabrina, Claudy, Rika, Felix, Roger, Maureen, Shania, Frinda, dan Ayu yang telah menemani, berbagi cerita dan melakukan perjalanan impromptu bersama penulis selama masa perkuliahan di Bandung.
8. Gabriella, Jeanny, Leowandi, dan Joshua yang selalu memberikan semangat dan candaan konyol selama penulis melakukan penelitian.
9. Teman-teman Universitas Seinan Gakuin, Fukuoka, Jepang, yang ikut menyemangati penulis selama menyelesaikan penelitian dalam masa studi di Jepang.
10. Rekan kerja Apostrophe Production yang telah mendukung dan memberikan pengalaman dalam bidang media selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman Ring 1 HMPSTI 2018/2019, Staf Media Komunikasi dan Informasi HMPSTI 2018/2019, dan HMPSTI 2017/2018 yang saling mendukung dan melengkapi masa perkuliahan dengan berbagai kegiatan organisasi.
12. Teman-teman kelas A yang telah memberikan dukungan, baik selama kegiatan perkuliahan maupun kegiatan di luar perkuliahan.
13. Seluruh responden dan peserta *design workshop* yang telah meluangkan waktu dalam proses pengumpulan data.
14. Seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah disebutkan di atas. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Permasalahan	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	I-15
I.4 Tujuan Penelitian	I-16
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-16
I.6 Metodologi Penelitian	I-16
I.7 Sistematika Penulisan	I-19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Internet.....	II-1
II.2 <i>Smartphone</i>	II-2
II.3 <i>Aplikasi Mobile</i>	II-2
II.4 <i>Session Player</i>	II-3
II.5 Desain Interaksi	II-4
II.6 <i>Prototyping</i>	II-5
II.7 <i>Usability Testing</i>	II-7
II.8 Penyesuaian	II-15
II.9 <i>System Usability Scale</i>	II-16
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Identifikasi Kebutuhan	III-1

III.1.1 Pengumpulan Data Responden	III-1
III.1.2 Interpretasi <i>Customer Statement</i>	III-4
III.1.3 Pengelompokan dan Penilaian Kebutuhan Responden	III-14
III.2 Persona dan Skenario	III-20
III.3 <i>Design Workshop</i>	III-23
III.4 Alternatif Konsep	III-24
III.4.1 Alternatif Konsep Pertama	III-24
III.4.2 Alternatif Konsep Kedua	III-29
III.4.3 Alternatif Konsep Ketiga	III-35
III.4.4 Alternatif Konsep Keempat	III-45
III.5 Pemilihan Alternatif Konsep.....	III-50
III.6 Pengembangan Alternatif Konsep Terpilih.....	III-53
III.7 Konsep Final	III-57
III.8 <i>Prototype</i>	III-65
III.9 <i>Usability Testing</i>	III-89
III.9.1 Persiapan <i>Usability Testing</i>	III-89
III.9.2 Profil Responden	III-94
III.9.3 Proses Pengujian.....	III-96
III.9.4 Perhitungan <i>Usability Testing</i>	III-96
III.10 Perbaikan Rancangan Evaluasi.....	III-109
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Aplikasi Jaringan Sosial untuk <i>Session Player</i>	IV-1
IV.2 Analisis Pengguna	IV-2
IV.3 Analisis Identifikasi Kebutuhan.....	IV-3
IV.4 Analisis <i>Design Workshop</i>	IV-6
IV.5 Analisis <i>Final Concept</i>	IV-8
IV.6 Analisis <i>Prototype</i>	IV-10
IV.7 Analisis <i>Usability Testing</i>	IV-11
IV.8 Analisis Hasil Evaluasi	IV-13
IV.9 Analisis Perbaikan Rancangan Hasil Evaluasi	IV-16
BAB V KESIMPULAN SARAN	V-1

V.1 Kesimpulan V-1

V.2 Saran V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Rentang Nilai Skala 1-7	II-12
Tabel II.2 Kelas Performansi Metode Shumard	II-15
Tabel III.1 Rekapitulasi Wawancara Responden 1 dari <i>Session Player</i>	III-5
Tabel III.2 Perhitungan <i>Secondary Needs</i> dari <i>Session Player</i>	III-7
Tabel III.3 Perhitungan <i>Secondary Needs</i> dari Konsumen <i>Session Player</i>	III-12
Tabel III.4 Pengelompokan <i>Secondary Needs</i> Pertama dari <i>Session Player</i>	III-14
Tabel III.5 Pengelompokan <i>Secondary Needs</i> Kedua dari <i>Session Player</i>	III-16
Tabel III.6 Pengelompokan <i>Secondary Needs</i> Pertama dari Konsumen <i>Session Player</i>	III-17
Tabel III.7 Pengelompokan <i>Secondary Needs</i> Kedua dari Konsumen <i>Session Player</i>	III-18
Tabel III.8 Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kepentingan <i>Session Player</i>	III-19
Tabel III.9 Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kepentingan Konsumen <i>Session Player</i>	III-20
Tabel III.10 Rincian Aktivitas <i>Design Workshop</i>	III-23
Tabel III.11 Perhitungan Nilai Total Alternatif 1	III-51
Tabel III.12 Rekapitulasi Perhitungan Nilai Seluruh Kelompok.....	III-52
Tabel III.13 Perbandingan Nilai Kelompok 3 Pada Kebutuhan <i>Session Player</i>	III-53
Tabel III.14 Perbandingan Nilai Kelompok 3 Pada Kebutuhan Konsumen <i>Session Player</i>	III-54
Tabel III.15 Metode SCAMPER	III-55
Tabel III.16 Rancangan <i>Usability Testing</i>	III-91
Tabel III.17 Skenario <i>Usability Testing</i>	III-92
Tabel III.18 Langkah Pengerjaan Tugas	III-94
Tabel III.19 Profil Responden.....	III-95
Tabel III.20 Perhitungan Kriteria <i>Effectiveness</i>	III-97
Tabel III.21 Rekapitulasi <i>Error</i> dari <i>Usability Testing</i>	III-97
Tabel III.22 Perhitungan Waktu Penyelesaian Maksimum (WPM).....	III-98

Tabel III.23 Perhitungan Kriteria <i>Efficiency</i>	III-99
Tabel III.24 Rekapitulasi <i>System Usability Scale</i>	III-100
Tabel III.25 Perhitungan <i>System Usability Scale</i>	III-100
Tabel III.26 Perhitungan Kriteria <i>Usefulness</i>	III-102
Tabel III.27 Perhitungan Kuesioner <i>Perceived Usefulness</i>	III-102
Tabel III.28 Perhitungan Kriteria <i>Learnability</i>	III-104
Tabel III.29 Perhitungan Kriteria <i>Satisfaction</i>	III-105
Tabel III.30 <i>After Scenario Questionnaire</i> untuk Tugas <i>Sign Up</i>	III-105
Tabel III.31 Rata-Rata Setiap Tugas dari <i>After Scenario Questionnaire</i>	III-106
Tabel III.32 Rekapitulasi <i>Thinking Aloud</i>	III-107
Tabel III.33 Rekapitulasi Hasil Wawancara	III-108
Tabel III.34 Rekapitulasi Akar Masalah dan Solusi Perbaikan	III-108

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jenis Musik yang Disukai Masyarakat Indonesia	I-2
Gambar I.2 Pengguna <i>Smartphone</i> di Asia Pasifik	I-4
Gambar I.3 Media Sosial Paling Aktif di Indonesia	I-6
Gambar I.4 Tampilan Aplikasi <i>Soundcloud</i> Pada <i>Smartphone</i>	I-7
Gambar I.5 Tampilan Aplikasi <i>Youtube</i> Pada <i>Smartphone</i>	I-8
Gambar I.6 Tampilan Aplikasi <i>Instagram</i> Pada <i>Smartphone</i>	I-9
Gambar I.7 Tampilan Aplikasi <i>LinkedIn</i> Pada <i>Smartphone</i>	I-10
Gambar I.8 Metodologi Penelitian	I-19
Gambar II.1 <i>Low Fidelity Prototype</i>	II-6
Gambar II.2 <i>High Fidelity Prototype</i>	II-7
Gambar II.3 Kuesioner <i>Perceived Usefulness</i>	II-11
Gambar II.4 <i>After Scenario Questionnaire</i>	II-14
Gambar III.1 Grafik Kebutuhan <i>Session Player</i>	III-11
Gambar III.2 Grafik Kebutuhan Konsumen <i>Session Player</i>	III-13
Gambar III.3 Persona <i>Session Player</i>	III-21
Gambar III.4 Persona Konsumen <i>Session Player</i>	III-21
Gambar III.5 Skenario <i>Session Player</i>	III-22
Gambar III.6 Skenario Konsumen <i>Session Player</i>	III-22
Gambar III.7 <i>Design Workshop</i>	III-24
Gambar III.8 <i>Artboard 1, Artboard 2, dan Artboard 3</i> Pada Konsep Pertama	III-25
Gambar III.9 <i>Artboard 4, Artboard 5, dan Artboard 6</i> Pada Konsep Pertama	III-26
Gambar III.10 <i>Artboard 7, Artboard 8, dan Artboard 9</i> Pada Konsep Pertama	III-27
Gambar III.11 <i>Artboard 10, Artboard 11, dan Artboard 12</i> Pada Konsep Pertama	III-28
Gambar III.12 <i>Artboard 1, Artboard 2, dan Artboard 3</i> Pada Konsep Kedua	III-29

Gambar III.13 <i>Artboard 4, Artboard 5, dan Artboard 6</i> Pada Konsep Kedua	III-30
Gambar III.14 <i>Artboard 7, Artboard 8, dan Artboard 9</i> Pada Konsep Kedua	III-31
Gambar III.15 <i>Artboard 10, Artboard 11, dan Artboard 12</i> Pada Konsep Kedua	III-32
Gambar III.16 <i>Artboard 13 dan Artboard 14</i> Pada Konsep Kedua.....	III-33
Gambar III.17 <i>Artboard 15, Artboard 16, dan Artboard 17</i> Pada Konsep Kedua	III-33
Gambar III.18 <i>Artboard 18, Artboard 19, dan Artboard 20</i> Pada Konsep Kedua	III-34
Gambar III.19 <i>Artboard 21 dan Artboard 22</i> Pada Konsep Kedua.....	III-35
Gambar III.20 <i>Artboard 1, Artboard 2, dan Artboard 3</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-36
Gambar III.21 <i>Artboard 4, Artboard 5, dan Artboard 6</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-37
Gambar III.22 <i>Artboard 7, Artboard 8, dan Artboard 9</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-38
Gambar III.23 <i>Artboard 10, Artboard 11, dan Artboard 12</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-39
Gambar III.24 <i>Artboard 13, Artboard 14, dan Artboard 15</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-40
Gambar III.25 <i>Artboard 16, Artboard 17, dan Artboard 18</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-41
Gambar III.26 <i>Artboard 19, Artboard 20, dan Artboard 21</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-42
Gambar III.27 <i>Artboard 22, Artboard 23, dan Artboard 24</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-43
Gambar III.28 <i>Artboard 25 dan Artboard 26</i> Pada Konsep Ketiga.....	III-44
Gambar III.29 <i>Artboard 1, Artboard 2, dan Artboard 3</i> Pada Konsep Keempat.....	III-45
Gambar III.30 <i>Artboard 4, Artboard 5, dan Artboard 6</i> Pada Konsep Keempat.....	III-46

Gambar III.31 <i>Artboard 7, Artboard 8, dan Artboard 9 Pada Konsep Keempat</i>	III-47
Gambar III.32 <i>Artboard 10, Artboard 11, dan Artboard 12 Pada Konsep Keempat</i>	III-48
Gambar III.33 <i>Artboard 13 dan Artboard 14 Pada Konsep Keempat</i>	III-49
Gambar III.34 <i>Artboard 15 dan Artboard 16 Pada Konsep Keempat</i>	III-49
Gambar III.35 <i>Lembar Penilaian Kelompok 1</i>	III-50
Gambar III.36 <i>Artboard 1, Artboard 2, dan Artboard 3 Pada Konsep Final</i>	III-57
Gambar III.37 <i>Artboard 4, Artboard 5, dan Artboard 6 Pada Konsep Final</i>	III-58
Gambar III.38 <i>Artboard 7, Artboard 8, dan Artboard 9 Pada Konsep Final</i>	III-59
Gambar III.39 <i>Artboard 10, Artboard 11, dan Artboard 12 Pada Konsep Final</i>	III-60
Gambar III.40 <i>Artboard 13, Artboard 14, dan Artboard 15 Pada Konsep Final</i>	III-61
Gambar III.41 <i>Artboard 16, Artboard 17, dan Artboard 18 Pada Konsep Final</i>	III-62
Gambar III.42 <i>Artboard 19, Artboard 20, dan Artboard 21 Pada Konsep Final</i>	III-63
Gambar III.43 <i>Artboard 22, Artboard 23, dan Artboard 24 Pada Konsep Final</i>	III-64
Gambar III.44 <i>Artboard 25 dan Artboard 26 Pada Konsep Final</i>	III-64
Gambar III.45 <i>Artboard 1 dan Artboard 2 Pada Prototype</i>	III-66
Gambar III.46 <i>Artboard 3 dan Artboard 4 Pada Prototype</i>	III-67
Gambar III.47 <i>Artboard 5 dan Artboard 6 Pada Prototype</i>	III-68
Gambar III.48 <i>Artboard 7 dan Artboard 8 Pada Prototype</i>	III-69
Gambar III.49 <i>Artboard 9 dan Artboard 10 Pada Prototype</i>	III-70
Gambar III.50 <i>Artboard 11, Artboard 12, dan Artboard 13 Pada Prototype</i>	III-71
Gambar III.51 <i>Artboard 14 dan Artboard 15 Pada Prototype</i>	III-72
Gambar III.52 <i>Artboard 16, Artboard 17, dan Artboard 18 Pada Prototype</i>	III-73
Gambar III.53 <i>Artboard 19 dan Artboard 20 Pada Prototype</i>	III-74
Gambar III.54 <i>Artboard 21 dan Artboard 22 Pada Prototype</i>	III-75

Gambar III.55 <i>Artboard 23 dan Artboard 24 Pada Prototype</i>	III-76
Gambar III.56 <i>Artboard 25 dan Artboard 26 Pada Prototype</i>	III-77
Gambar III.57 <i>Artboard 27 dan Artboard 28 Pada Prototype</i>	III-78
Gambar III.58 <i>Artboard 28, Artboard 29, dan Artboard 30 Pada Prototype</i>	III-79
Gambar III.59 <i>Artboard 31, Artboard 32, dan Artboard 33 Pada Prototype</i>	III-80
Gambar III.60 <i>Artboard 34, Artboard 35, dan Artboard 36 Pada Prototype</i>	III-81
Gambar III.61 <i>Artboard 37 dan Artboard 38 Pada Prototype</i>	III-82
Gambar III.62 <i>Artboard 39, Artboard 40, dan Artboard 41 Pada Prototype</i>	III-83
Gambar III.63 <i>Artboard 42, Artboard 43, dan Artboard 44 Pada Prototype</i>	III-84
Gambar III.64 <i>Artboard 45, Artboard 46, dan Artboard 47 Pada Prototype</i>	III-85
Gambar III.65 <i>Artboard 48, Artboard 49, dan Artboard 50 Pada Prototype</i>	III-86
Gambar III.66 <i>Artboard 51, Artboard 52, dan Artboard 53 Pada Prototype</i>	III-87
Gambar III.67 <i>Artboard 54, Artboard 55, dan Artboard 56 Pada Prototype</i>	III-88
Gambar III.68 <i>Artboard 57 Pada Prototype</i>	III-89
Gambar III.69 <i>Perbaikan Masalah Pertama</i>	III-110
Gambar III.70 <i>Perbaikan Masalah Kedua</i>	III-111
Gambar III.71 <i>Perbaikan Masalah Ketiga</i>	III-112
Gambar III.72 <i>Perbaikan Masalah Keempat</i>	III-113
Gambar III.73 <i>Perbaikan Masalah Kelima</i>	III-114
Gambar III.74 <i>Perbaikan Masalah Keenam</i>	III-115
Gambar III.75 <i>Perbaikan Masalah Ketujuh</i>	III-116

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DATA WAWANCARA AWAL *SESSION PLAYER*

LAMPIRAN B DATA WAWANCARA AWAL KONSUMEN *SESSION PLAYER*

LAMPIRAN C INTERPRETASI *CUSTOMER STATEMENT* MENJADI *NEED STATEMENT* DARI *SESSION PLAYER*

LAMPIRAN D INTERPRETASI *CUSTOMER STATEMENT* MENJADI *NEED STATEMENT* DARI KONSUMEN *SESSION PLAYER*

LAMPIRAN E LEMBAR PENILAIAN *DESIGN WORKSHOP*

LAMPIRAN F PERHITUNGAN NILAI RANCANGAN ALTERNATIF KONSEP

LAMPIRAN G PENILAIAN *AFTER-SCENARIO QUESTIONNAIRE*

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Permasalahan

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Berkembangnya ilmu dan daya cipta dari masyarakat Indonesia, mendorong Presiden Joko Widodo untuk membentuk lembaga non-kementerian baru pada tahun 2015, yaitu Badan Ekonomi Kreatif, atau disingkat Bekraf yang sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf menetapkan 16 subsektor industri kreatif yang akan dikembangkan, yaitu aplikasi pengembang permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2019).

Industri musik menjadi salah satu dari tiga sub-sektor prioritas di bawah naungan Bekraf, menurut Fadjar Hutomo, Deputi Akses Permodalan Bekraf (dalam Republika.co.id, 2018). Hal tersebut dilakukan karena musik menjadi industri yang cukup menjanjikan dalam dunia *showbiz*. Kesiapan dan optimisme dari Bekraf untuk meningkatkan kualitas industri musik dapat menjamin terbukanya lapangan pekerjaan bagi para musisi yang serius untuk menggeluti bidang permusikan. Selain itu, antusiasme masyarakat Indonesia terhadap musik yang beragam, mulai dari musik lokal sampai musik mancanegara yang mulai masuk ke Indonesia, dapat dikatakan cukup tinggi dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat mendukung perkembangan industri musik di Indonesia.

Seiring berkembangnya zaman, jenis musik yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia semakin beragam. Pada awalnya musik tradisional, musik keroncong, musik dangdut, musik perjuangan, dan musik pop adalah beberapa jenis musik yang dinikmati masyarakat Indonesia. Ketika globalisasi terjadi, terdapat pengaruh musik barat yang menambah ragam musik di Indonesia, seperti aliran *pop*, *jazz*, *blues*, *rock*, R&B, dan lainnya. Berbagai jenis musik tersebut saling berkolaborasi untuk menghasilkan karya-karya musik dari Indonesia. Dalam Gambar I.1 ditampilkan jenis musik yang diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini.



Gambar I.1 Jenis Musik yang Disukai Masyarakat Indonesia (Sumber: Skala Survei Indonesia, 2018)

Beragamnya jenis musik yang berkembang dan diminati masyarakat Indonesia membuka peluang bagi para musisi yang hendak memiliki karir profesional. Selain ragam jenis musik, bagi para musisi terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan. Pertama, perbedaan kategori musik menentukan jumlah pemain musik yang akan terlibat dalam permainan musik tersebut. Terdapat beberapa kategori musik menurut *Grammy Award*, yaitu solo, duo/grup, dan orchestra (Grammy, 2020). Selanjutnya, komposisi musisi dalam sebuah grup bergantung pada musik yang dimainkan. Selain itu, jenis musik yang berbeda menuntut kemampuan yang berbeda-beda dari setiap musisi yang terlibat.

Keterlibatan pemain musik dalam sebuah karya musik dapat dikategorikan sebagai pemain tetap, yang biasa disebut *performing artist* dan pemain tidak tetap yang kerap disebut *session player*. *Performing artist* merupakan individu ataupun grup yang berkarir di dunia musik dengan membawakan karya sendiri maupun orang lain. Sedangkan *session player* merupakan musisi tambahan yang dikontrak untuk bermain pada proyek tertentu, seperti keperluan rekaman ataupun pertunjukan tertentu (Wardhana, 2014).

Profesi sebagai *session player* menuntut seorang pemain untuk memiliki kemampuan musik yang baik, memahami berbagai aliran musik, serta pengalaman bermusik yang cukup tinggi. Hal-hal tersebut harus dimiliki seorang *session player* karena seorang *session player* tidak menetap pada satu musisi tertentu. Mereka hanya bermain dengan musisi tersebut sesuai dengan kontrak yang tertera. Setelah kontrak selesai, seorang *session player* akan mencari lagi musisi yang membutuhkan jasanya sebagai pelengkap dalam bermusik. Hal ini membuat *session player* diharuskan melakukan *self-branding* yang kuat agar mereka dapat dikenal akan kemampuannya. *Self-branding* dapat dilakukan dengan cara mengunggah data diri, gaya hidup positif, kemampuan, dan prestasi pada aplikasi tertentu agar dapat diketahui orang lain dan mencapai tujuan *self-branding*. Salah satu media untuk melakukan *self-branding* adalah aplikasi jejaring sosial pada *smartphone*, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *Soundcloud*, *Twitter*, dan sebagainya.

Konsumen dari *session player* adalah pihak yang membutuhkan jasa *session player*. Pihak-pihak tersebut antara lain, *wedding organizer*, *event organizer*, sesama musisi, produser, label rekaman, dan sebagainya. Setiap konsumen memiliki spesifikasi tertentu ketika akan mengontrak *session player* dan akan mencari *session player* yang paling cocok dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Beberapa cara untuk menentukan kecocokan antara konsumen dengan *session player* adalah dengan melihat *self-branding* yang dilakukan oleh *session player* tersebut. Dengan unggahan yang berisikan *self-branding* dari *session player*, konsumen dapat menilai beberapa aspek dari orang tersebut, seperti kemampuan bermain musik, *genre* musik yang sering dibawakan, rekan-rekan musisi yang bermain bersama, dan sebagainya. Penilaian dari *self-branding* tersebut juga dapat dilakukan lewat aplikasi jejaring sosial pada *smartphone*.

Selain untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, *smartphone* membantu pengguna lewat aplikasi yang dapat diunduh ke dalam *smartphone*. Pengguna *smartphone* secara konsisten meningkat sejak enam tahun terakhir. Berdasarkan data statistik dari *eMarketer* (dalam Digital Market Asia, 2016), Indonesia menempati peringkat ketiga, setelah China dan India, untuk jumlah pengguna *smartphone* pada tahun 2014 sampai 2019. Pengguna *smartphone* selalu meningkat dari tahun 2014. Data pengguna *smartphone* di Indonesia hingga tahun 2014 sampai 2019 dapat dilihat pada Gambar I.2.

Smartphone Users and Penetration in Asia-Pacific, by Country, 2014-2019						
<i>millions and % of mobile phone users</i>						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Smartphone users (millions)						
China*	482.7	525.8	563.3	599.3	640.5	687.7
India	123.3	167.9	204.1	243.8	279.2	317.1
Indonesia	44.7	55.4	65.2	74.9	83.5	92.0
Japan	46.2	51.8	55.8	58.9	60.9	62.6
South Korea	32.2	33.6	34.6	35.6	36.5	37.0
Philippines	21.8	26.2	29.9	33.3	36.5	39.2
Vietnam	16.6	20.7	24.6	28.6	32.0	35.2
Thailand	15.4	17.9	20.0	21.9	23.4	24.8
Australia	13.5	14.6	15.4	16.0	16.5	16.8
Malaysia	8.9	10.1	11.0	11.8	12.7	13.7
Hong Kong	4.4	4.8	5.0	5.2	5.3	5.4
Singapore	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.6
Other	74.5	91.1	106.7	121.3	134.7	147.2
Asia-Pacific	888.0	1,023.9	1,139.8	1,254.7	1,366.3	1,483.4

Gambar I.2 Pengguna *Smartphone* di Asia Pasifik
(Sumber: Digital Market Asia, 2016)

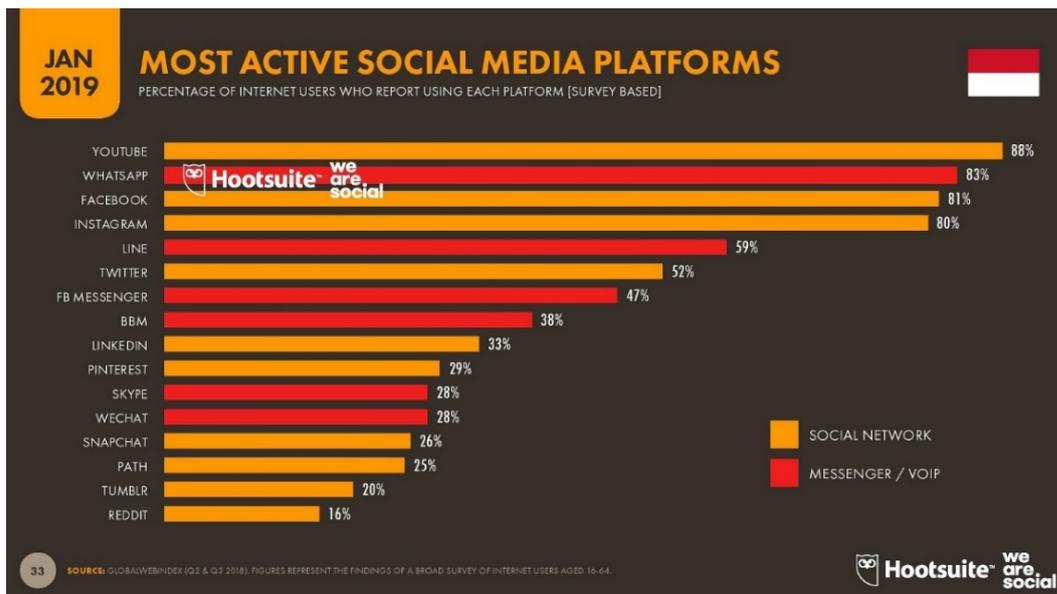
Berdasarkan fenomena tersebut, maka *self-branding* bagi *session player* dan peluang untuk membagikan serta mendapatkan informasi terkait musik dari aplikasi pada *smartphone* dapat tercapai dengan membuat aplikasi jaringan sosial bagi *session player*. Bagi *session player*, mereka dapat memasukkan data diri dan menunjukkan kemampuan dalam rangka *self-branding* lewat aplikasi ini. Sebaliknya, bagi perekrut, mereka dapat mengetahui data diri dan kemampuan dari *session player* dengan cara melakukan pencarian berdasarkan kriteria

tertentu dan berkomunikasi dengan *session player* tersebut lewat aplikasi. Maka dari itu, penelitian dengan merancang aplikasi jaringan sosial bagi *session player* diharapkan dapat membantu, baik *session player* maupun perekrut.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pengguna internet terbanyak di Indonesia adalah kelompok usia produktif (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Menurut Sub Direktorat Statistik Pendidikan dan Kesejahteraan Sosial (2014), kelompok usia produktif adalah penduduk berumur 15 sampai 59 tahun. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia, sebanyak 93,9% menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Seiring berkembangnya teknologi, penggunaan *smartphone* telah membantu pengguna untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

Salah satu kemampuan utama dari *smartphone* yang telah membantu pengguna adalah mendapatkan dan membagikan informasi. Berbagai aplikasi dan fitur canggih terdapat dalam *smartphone* yang dapat digunakan untuk menunjang berbagai kebutuhan manusia. Salah satu jenis aplikasi yang dapat digunakan untuk menunjang kebutuhan manusia adalah media sosial. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi tersebut dari fitur yang telah tersedia dalam *smartphone*. Data dari *Wearesocial* (dalam Websindo, 2019) pada Gambar 1.4 menunjukkan urutan media sosial yang paling aktif digunakan oleh orang Indonesia. Aplikasi *Youtube*, *Facebook*, dan *Instagram* berada di tiga peringkat teratas untuk kategori jaringan sosial, sedangkan aplikasi *Whatsapp*, *LINE*, dan *Facebook Messenger* menempati tiga peringkat teratas untuk kategori pengirim pesan. Selain keenam aplikasi tersebut, masih ada sepuluh aplikasi lain yang dapat digunakan untuk mengirim pesan atau memperluas jaringan sosial dari pengguna. Seluruh aplikasi tersebut dapat diunduh ke dalam *smartphone* secara gratis.

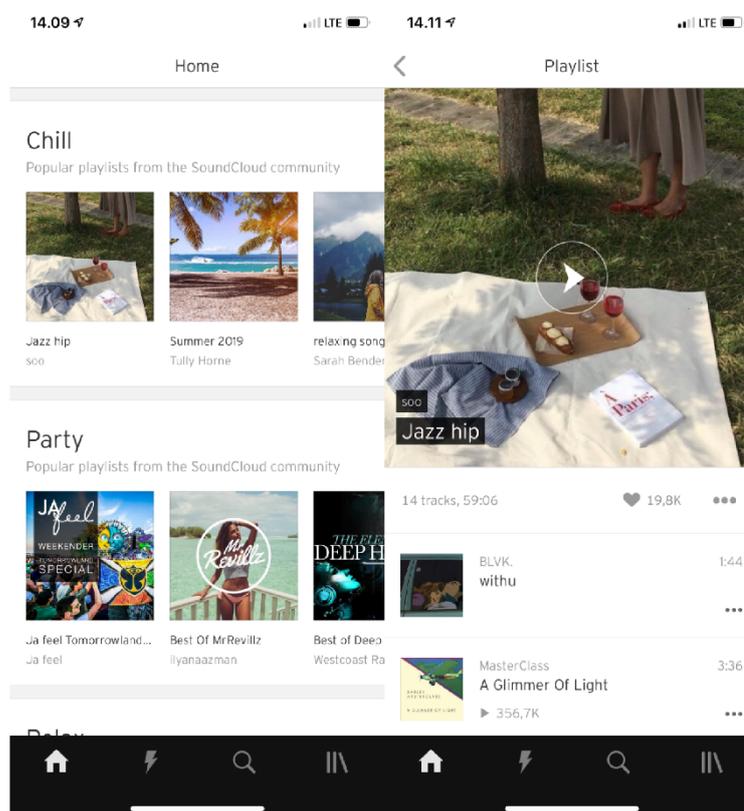


Gambar 1.3 Media Sosial Paling Aktif di Indonesia
(Sumber: Websindo, 2019)

Beberapa aplikasi yang terdapat pada *smartphone* telah banyak digunakan untuk memberikan informasi pada bidang musik. Informasi yang ada meliputi nama musisi, lagu yang diciptakan, dan video musik dari lagu tersebut. Fitur untuk mengunggah karya, mengunduh karya, menyukai karya, mengikuti musisi, ataupun memberikan komentar pun terdapat di dalam aplikasi. Fitur-fitur tersebut dimiliki oleh aplikasi yang telah dikembangkan terlebih dahulu, beberapa di antaranya yaitu *Soundcloud*, *Youtube*, dan *Instagram*. Selain itu, terdapat sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk mencari pekerjaan, yaitu *LinkedIn*. Keempat aplikasi ini dapat dijadikan pembandingan karena fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi tersebut diharapkan dapat dimiliki oleh aplikasi jaringan sosial bagi *session player*.

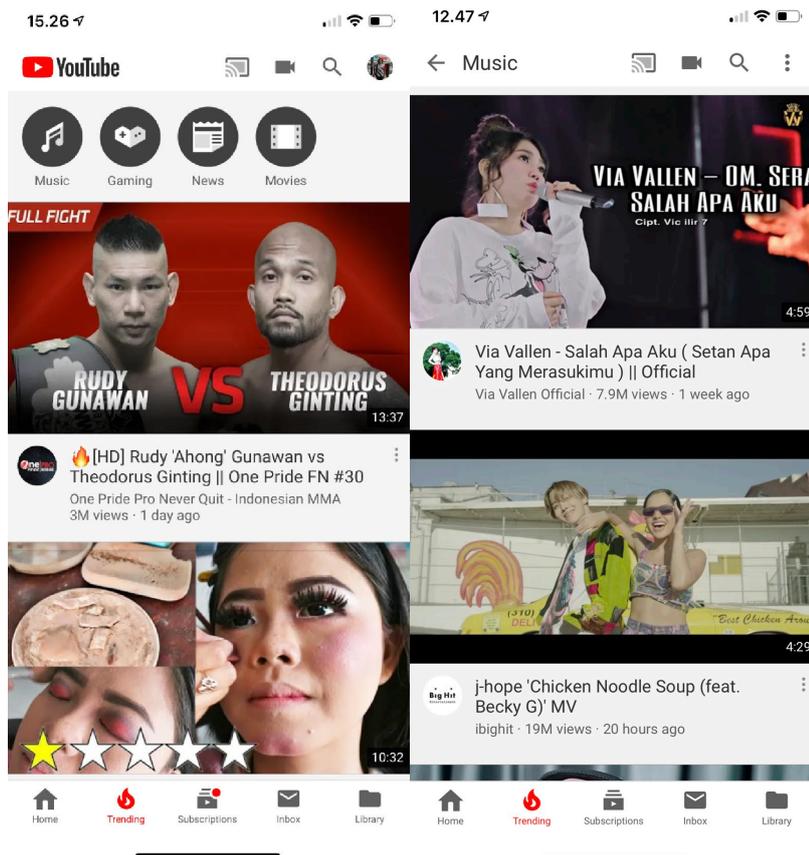
Soundcloud merupakan aplikasi penyedia platform musik dan audio. *Soundcloud* mulai dikembangkan pada tahun 2008 di Jerman (Soundcloud, 2019). Pada Gambar 1.5 terdapat beberapa fitur yang tersedia dalam *Soundcloud*, yaitu mengunggah lagu atau rekaman langsung dan *podcast*. Aplikasi ini terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja. Maka dari itu, baik musisi maupun penggemar dapat terhubung lewat *Soundcloud*. Selain itu, musisi dapat mengunggah karya yang mereka unggah. Namun, aplikasi ini tidak memiliki fitur video dan kurang populer karena mendengarkan karya pada *Soundcloud* sama dengan mendengarkan musik pada aplikasi layanan musik

streaming yang memiliki jumlah lagu lebih beragam daripada *Soundcloud*.



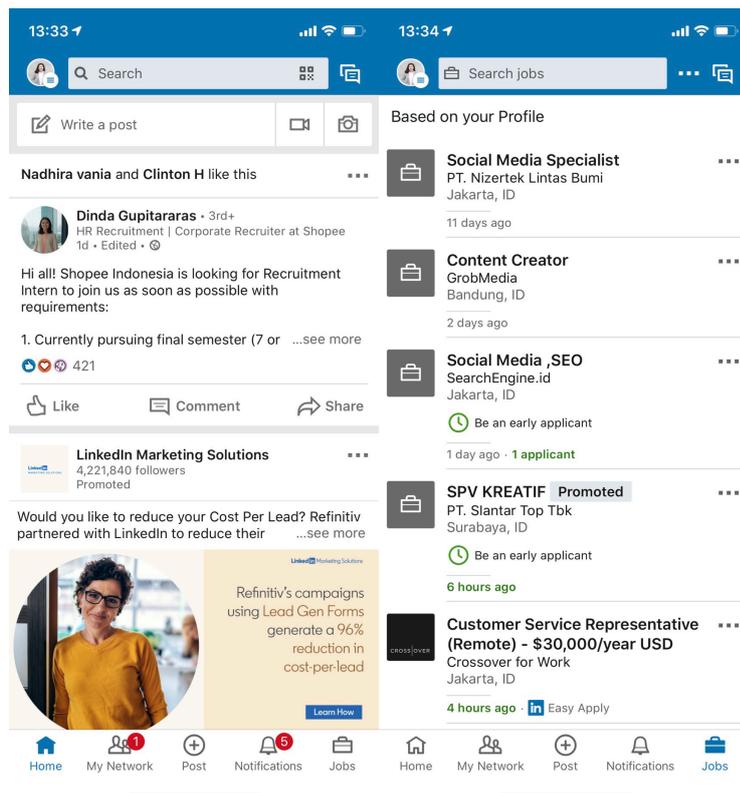
Gambar I.4 Tampilan Aplikasi *Soundcloud* Pada *Smartphone*

Youtube merupakan aplikasi penyedia platform video (Youtube, 2019). *Youtube* dapat digunakan sebagai sarana publikasi dengan cara mengunggah karya dalam bentuk video ke dalamnya. Aplikasi ini terbuka dan seluruh video di dalamnya dapat ditonton. Namun, untuk memberikan apresiasi atau komentar, seorang pengguna harus memiliki akun dan masuk menggunakan email pribadi. Selain itu, jenis video yang dapat diunggah sangat luas, sehingga tidak terfokuskan pada bidang musik. Selama video tersebut tidak melanggar aturan yang ada, video tersebut dapat ditampilkan. Ragam video dalam *Youtube* dapat dilihat pada Gambar I.6, antara lain bertema *gaming*, gaya hidup, olahraga, musik, dan sebagainya. Dalam kolom musik, akan ditampilkan video bertemakan musik yang sedang *trending*. Namun dari kolom *trending* musik tersebut, tidak ada pengelompokan lebih lanjut mengenai jenis musik yang masuk. Jadi, seluruh jenis video musik akan diurutkan berdasarkan algoritma *trending* dari *Youtube*.



Gambar I.5 Tampilan Aplikasi Youtube Pada Smartphone

Instagram merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk membagikan foto dan video (Instagram, 2019). Fitur yang terdapat dalam *Instagram* antara lain, mengunggah, membagikan, dan mempromosikan foto dan video antar pengguna. Aplikasi ini dapat diakses jika pengguna memiliki akun *Instagram*. Akun dapat didaftarkan dengan menggunakan email pribadi. Namun, sama seperti *Youtube*, *Instagram* tidak membatasi ragam foto dan video yang dapat diunggah. Gambar I.7 menunjukkan salah satu laman *Instagram* pada kategori musik, namun konten di dalamnya belum tentu berhubungan dengan musik. Hal tersebut terjadi karena banyak pengguna yang menyalahgunakan fitur *hashtag* yang disediakan, sehingga karya yang diunggah tidak tepat sasaran. Pihak *Instagram* pun hanya akan menurunkan konten tersebut jika melanggar peraturan terkait masalah pornografi, kekerasan, rasisme, dan *spamming*. Jika isi konten tidak berhubungan dengan *hashtag* yang dicantumkan, maka video tersebut akan tetap masuk ke dalam kategori sesuai *hashtag*.



Gambar I.7 Tampilan Aplikasi *LinkedIn* Pada *Smartphone*

Permasalahan dari berbagai media sosial tersebut dapat berdampak bagi *session player* karena perkembangan publikasi yang dilakukan oleh *session player* di Indonesia tidak berbanding lurus dengan kualitas publikasi yang dapat dilakukan. Dari keempat aplikasi yang digunakan sebagai perbandingan, belum ada aplikasi yang dapat menunjang kebutuhan *self-branding* dari *session player* secara utuh. Keempat aplikasi tersebut bercampur dengan kategori lain di luar musik yang justru menghambat publikasi *session player* di media sosial.

Jumlah *session player* dalam sebuah grup musik bergantung pada kebutuhan penyanyi. Umumnya, satu *session player* akan mewakili satu alat musik pada sebuah grup musik. Jika grup musik beranggotakan pemain *drum*, gitar, *bass*, dan *keyboard*, maka dalam sebuah grup dibutuhkan minimal empat *session player*. Tidak ditemukan data yang pasti terkait jumlah *session player* di Indonesia, namun jumlah *session player* diduga semakin meningkat seiring dengan berkembangnya industri musik di tanah air. Jumlah musisi yang tidak terdaftar dikarenakan belum memiliki album, menjadikan musik sebagai

pekerjaan kedua, dan/atau menganggap bahwa bermain musik merupakan pekerjaan lepas membuat data dari jumlah *session player* belum dapat ditentukan.

Jumlah *session player* yang cukup tinggi juga didukung oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah banyaknya komunitas musik di Indonesia. Komunitas musik biasanya terbagi sesuai dengan alat musik yang dimainkan, seperti Komunitas Gitaris Palembang, Divisi Regional *Drummer* Palembang (DRDP), Indonesia *Bass Family*, dan sebagainya (Fadli, 2017).

Selain *session player*, terdapat konsumen *session player* yang merupakan calon pengguna dari aplikasi ini. Menurut Wardana (2004), konsumen *session player* merupakan orang yang membutuhkan jasa *session player*, seperti grup musik atau produser. Selain itu, pihak-pihak lain seperti *wedding organizer* atau *event organizer* selalu mencari *session player* untuk melengkapi acara yang diadakan. Pada tahun 2016, terdapat 440.938 pernikahan di daerah Jakarta dan Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2020). Jumlah tersebut menggambarkan besarnya pasar bagi *session player* untuk mendapatkan pekerjaan dari acara pernikahan.

Selain itu, terdapat faktor lain seperti jumlah acara musik yang cukup bervariasi yang diadakan di berbagai kota di Indonesia. Sampai awal September 2019, salah satu loket penjualan tiket *online*, tiketapasaja.com telah menjual tiket untuk 58 acara musik di seluruh Indonesia (Tiketapasaja.com, 2019). Selain itu, Kementerian Pariwisata menggelar 100 acara musik pada tahun 2019 yang diadakan di berbagai kota di Indonesia, seperti Dieng *Culture Festival*, Asia Afrika Festival, Toraja *International Festival*, Festival Biak Munara Wampasi, Tanah Lot *Arts Festival*, dan sebagainya (Suci, 2019). Pada seluruh acara musik tersebut, terdapat peran dari konsumen *session player* untuk mencari dan mengontak *session player* serta peran *session player* untuk bermain dalam acara tersebut.

Dalam wawancara bersama Oz Radio Bandung (2019), seorang produser label rekaman ternama di Jakarta, yaitu Mahesa Utara dari Uprising mengatakan bahwa setiap tahunnya selalu ada artis pendatang baru yang membutuhkan *session player* untuk mengiringi ataupun untuk membantu di studio rekaman. Dengan adanya fenomena kehadiran musisi pendatang baru setiap tahunnya, maka persaingan *session player* untuk memiliki pekerjaan

tetap akan terjadi. Maka dari itu, *self-branding* yang tepat dari para *session player* merupakan salah satu cara untuk menghadapi persaingan tersebut.

Untuk mengetahui permasalahan *self-branding* dari *session player*, dilakukan wawancara tahap awal terhadap responden sebanyak 8 orang. Kriteria responden yang harus dipenuhi adalah responden merupakan pengguna aplikasi pada *smartphone* dan merupakan *session player* yang aktif di Indonesia. Wawancara dilakukan dengan sistem semi terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pekerjaan responden, cara mendapatkan tawaran pekerjaan dari perekrut, lokasi pekerjaan, masalah terkait *self-branding*, harapan terhadap jenjang karir, dan kebutuhan *session player* dari aplikasi jaringan sosial bagi *session player*. Hasil wawancara secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran A.

Berdasarkan hasil wawancara, lima responden mengatakan akan mendapatkan tawaran pekerjaan dari orang yang sudah mereka kenal ataupun dikenalkan oleh teman di sekitar pertemanan. Namun, mereka merasa bahwa lingkungan pekerjaan hanya berputar di tempat yang sama dan membuat mereka kurang berkembang. Hal tersebut juga menghalangi usaha mereka untuk diketahui oleh grup atau perekrut ternama yang tidak mengetahui mereka. Lalu didapatkan informasi juga bahwa para responden mengunggah permainan mereka ke media sosial, seperti *Instagram* dan *Youtube* sebagai wadah untuk berkarya sekaligus memasarkan karya mereka. Mereka merasa hal tersebut kurang maksimal karena kedua platform memiliki berbagai macam jenis fitur dan tidak hanya terfokus pada musik, sehingga pemasaran yang dilakukan tidak selalu tepat sasaran. Selain itu, dari segi bisnis, kendala yang sering dihadapi responden adalah pembayaran gaji yang tertunda dan tidak sesuai dengan yang seharusnya. Para responden berharap mereka memiliki komunitas yang dapat mawadahi karir bermusik mereka dan menjadi tempat untuk mendapatkan tawaran pekerjaan. Responden juga mengatakan beberapa kebutuhan terkait *self-branding* pada aplikasi jaringan sosial bagi *session player*. Kebutuhan tersebut adalah fitur untuk mengunggah karya, halaman yang berisi profil musisi, pemisahan kategori untuk *genre* dan alat musik, *video tips and trick* untuk menambah wawasan bermusik, diskusi dalam bentuk forum, fitur untuk menghubungkan musisi dengan pihak yang membutuhkan, halaman yang berisi profil dari pihak yang membutuhkan,

jaminan keamanan terhadap karya, ketentuan tarif setiap musisi, dan fasilitas pembayaran melalui pihak ketiga.

Selain para musisi, konsumen dari *session player* juga merupakan pemangku kepentingan utama pada aplikasi ini. Maka dari itu, dilakukan juga wawancara terhadap 8 orang konsumen. Kriteria responden yang harus dipenuhi adalah responden merupakan pengguna aplikasi pada *smartphone* dan pernah mengontrak *session player*. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui pertimbangan dalam mengontrak *session player*, kesulitan konsumen dalam mencari *session player*, cara menawarkan pekerjaan ke *session player*, kesulitan yang dialami ketika menawarkan pekerjaan, dan kebutuhan konsumen terhadap aplikasi jaringan sosial bagi *session player*. Wawancara ini dilakukan kepada pihak *wedding organizer*, *wedding entertainment*, *event organizer*, pemimpin tim musik, dan musisi. Hasil wawancara konsumen secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran B.

Dari hasil wawancara, didapatkan bahwa responden mempertimbangkan beberapa kriteria dalam mengontrak *session player*, seperti *genre* musik dan cara bermain, jenis kelamin, domisili, *rating* harga, alat musik dan perlengkapan yang dipakai, penampilan secara fisik, jadwal *session player* yang tersedia, persyaratan dari kontrak yang akan dilakukan, ulasan dari orang lain, dan kemampuan bermusik. Untuk menemukan *session player* yang sesuai dengan kriteria, mayoritas responden merasa kesulitan karena kurangnya referensi atau pilihan dari *session player* yang ada dan dikenal. Untuk menghubungi *session player*, responden biasanya menelepon langsung atau menghubungi lewat aplikasi pengirim pesan. Ada juga responden yang langsung datang ke tempat *session player* tersebut tampil untuk melihat permainan dari *session player* yang dicari. Namun hal tersebut jarang dilakukan karena memakan waktu lebih lama. Selain itu, ketika sudah menemukan atau mendapatkan rekomendasi dari pihak tertentu, terdapat beberapa masalah yang masih dialami, seperti respon yang lambat dari *session player*, *rating* harga yang tidak tetap, dan tidak adanya gambaran terhadap permainan dari *session player* tersebut. Responden berharap mereka dapat mengetahui kemampuan, cara bermain, dan *genre* yang dimainkan oleh *session player*, *rating* harga yang pasti, jadwal *session player* yang tersedia di waktu tertentu, *chat* secara langsung, kontak yang dapat

dihubungi, testimoni dari konsumen sebelumnya dan portofolio bermusik dalam sebuah aplikasi jaringan sosial.

Aplikasi jaringan sosial ini diharapkan dapat mengakomodasi berbagai kebutuhan dan mengatasi berbagai permasalahan yang dialami *session player* dan kosumennya. Selain itu, aplikasi ini dirancang untuk memenuhi harapan dari *session player* dan konsumennya, serta memberikan dampak positif bagi perkembangan karir para *session player*. Aplikasi ini juga diharapkan juga dapat memajukan musik Indonesia, karena menurut Fadjar Hutomo selaku Deputy Akses Permodalan Bekraf (dalam Republika.co.id, 2018), kontribusi sektor musik terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hanya sebesar 1% dari keseluruhan sektor ekonomi kreatif Indonesia.

Penelitian berupa perancangan *user interface* ini dilakukan dengan menggunakan dasar teori dari desain interaksi. Hasil rancangan terpilih akan dievaluasi menggunakan *usability testing* untuk menguji kemampupakaian dari produk berdasarkan beberapa kriteria terkait. Pada Sutanto (2017), metode *usability testing* digunakan untuk menguji kemampupakaian aplikasi kalender *event* Bandung. Pada penelitian tersebut, *usability testing* digunakan untuk mengukur kriteria *usefulness*, *efficiency*, *effectiveness*, *learnability*, dan *satisfaction*. Selain itu, Honawijaya (2018) juga melakukan perancangan *user interface* berdasarkan *usability testing*. Kriteria yang diukur adalah *effectiveness*, *efficiency*, *learnability*, *memorability*, dan *satisfaction*. Pada kedua penelitian, pengujian terhadap kemampupakaian produk dilakukan pada rancangan awal dan rancangan perbaikan. Dengan kriteria dan cara pengujian yang sama, *usability testing* dapat mengukur perbedaan rancangan awal dan rancangan perbaikan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang menyatakan bahwa terdapat kenaikan nilai untuk setiap kriteria yang diujikan, dimana kenaikan nilai berarti produk yang dirancang menjadi semakin baik. Maka dari itu, berdasarkan dari penelitian perancangan *user interface* yang telah dilakukan sebelumnya, kriteria *usefulness*, *efficiency*, *effectiveness*, *learnability*, *satisfaction*, dan *memorability* terbukti dapat menguji kemampupakaian suatu produk.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dilakukan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa kebutuhan pengguna yang perlu diakomodasi oleh aplikasi jaringan

sosial bagi *session player*?

2. Bagaimana rancangan *interface* aplikasi jaringan sosial untuk *session player* berdasarkan metode desain interaksi?
3. Bagaimana evaluasi usabilitas dari rancangan *interface* aplikasi jaringan sosial untuk *session player*?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dalam melakukan penelitian dibutuhkan pembatasan masalah dan asumsi. Pembatasan masalah digunakan agar penelitian terfokus pada lingkup permasalahan yang ada. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kriteria responden untuk *session player* adalah responden berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi atau Bandung, berusia 15-59 tahun, pengguna aplikasi pada *smartphone*, dan sedang aktif sebagai *session player*.
2. Kriteria responden untuk konsumen *session player* adalah responden berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi atau Bandung, berusia 15-59 tahun, pengguna aplikasi pada *smartphone*, dan pernah mengontrak *session player*.
3. Penelitian menghasilkan *high-fidelity prototype*.
4. Kriteria dalam *usability testing* yang digunakan adalah *learnability*, *efficiency*, *usefulness*, *effectiveness*, dan *satisfaction*.
5. Penelitian tidak mempertimbangkan pengguna berkebutuhan khusus.

Selain batasan masalah, diperlukan juga asumsi dalam sebuah penelitian. Asumsi digunakan untuk menyederhanakan kompleksitas dari berbagai aspek dalam penelitian. Asumsi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada keterbatasan fisik yang dialami pengguna yang dapat mengganggu penggunaan *smartphone*.
2. Tidak ada penambahan fitur pada aplikasi *Instagram*, *Youtube*, *LinkedIn*, dan *Soundcloud* yang dijadikan *benchmark* selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah didapat, tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan pengguna yang perlu diakomodasi oleh aplikasi jaringan sosial untuk *session player*.
2. Merancang *interface* aplikasi jaringan sosial untuk *session player*.
3. Mengevaluasi hasil rancangan *interface* aplikasi jaringan sosial untuk *session player*.

I.5 Manfaat Penelitian

Perancangan aplikasi jaringan sosial untuk *session player* diharapkan dapat bermanfaat bagi *session player*, pihak terkait maupun pembaca. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, berikut merupakan manfaat yang dapat diberikan:

1. Bagi *session player*, aplikasi ini dapat menjadi wadah untuk berekspresi dan melakukan *self-branding*, mencari pekerjaan yang sesuai, dan membentuk komunitas sesuai dengan kebutuhan bermusik.
2. Bagi perekrut, aplikasi ini dapat menjadi wadah untuk mencari *session player* berbakat, yang terkadang sulit untuk diketahui karena kendala-kendala tertentu.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian serupa dengan metode yang berbeda.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan panduan berisikan tahapan-tahapan yang digunakan dalam melakukan penelitian. *Flowchart* dari metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.9. Berikut merupakan penjelasan mengenai metodologi penelitian pada penelitian ini.

1. Penentuan Topik Penelitian

Penentuan topik dilakukan untuk mengetahui lingkup masalah yang akan diselesaikan. Pada penelitian ini, topik yang diambil berkaitan dengan perancangan aplikasi jaringan sosial untuk *session player* berdasarkan *usability testing*.

2. Studi Pendahuluan dan Literatur

Studi pendahuluan dilakukan untuk membuktikan bahwa ada suatu permasalahan yang terjadi. Hal tersebut dilakukan dengan menanyai beberapa pihak terkait yang mengerti dan memahami industri musik. Selain itu, dilakukan pula studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk memahami teori, data, serta fakta mengenai internet, *smartphone*, aplikasi *mobile*, *session player*, desain interaksi, *usability*, dan *usability testing* dari para ahli yang mendukung adanya permasalahan.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk memperdalam studi pendahuluan yang telah dilakukan. Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan *benchmarking* terhadap beberapa aplikasi serupa, yaitu *Instagram*, *Youtube*, dan *Soundcloud* serta membuat daftar pertanyaan yang ditanyakan kepada sejumlah responden. Responden yang terlibat dibatasi oleh beberapa kriteria tertentu agar tetap fokus pada permasalahan yang ada. Hasil dari identifikasi masalah adalah perumusan masalah mengenai kebutuhan pengguna yang akan diakomodasi oleh aplikasi, rancangan aplikasi, dan evaluasi dari rancangan aplikasi jaringan sosial bagi *session player*.

4. Penentuan Asumsi dan Batasan Masalah

Asumsi pada penelitian ini digunakan untuk mempermudah pengolahan data yang akan dilakukan. Sedangkan batasan masalah diberlakukan agar penelitian yang dilakukan fokus untuk menyelesaikan masalah yang ada.

5. Identifikasi Kebutuhan

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, terdapat beberapa kebutuhan pengguna yang perlu diketahui. Maka dari itu, dilakukan identifikasi kebutuhan pengguna dengan melakukan wawancara terhadap pihak *session player* dan konsumen dari *session player* sebagai tahap awal perancangan aplikasi jejaring sosial untuk *session player*.

6. Pembuatan Alternatif Rancangan

Setelah melakukan identifikasi kebutuhan, dilakukan pembuatan alternatif rancangan. Pembuatan alternatif rancangan dilakukan melalui *design workshop* yang melibatkan beberapa pihak, seperti *session player* dan konsumen dari *session player* sebagai pemangku kepentingan utama, dan beberapa pengguna *smartphone*.

7. Pemilihan Alternatif Rancangan

Setelah dilakukan proses perancangan awal, masing-masing peserta *design workshop* akan mempresentasikan rancangan, sedangkan peserta lain menilai berdasarkan kriteria *learnability*, *efficiency*, *usefulness*, *effectiveness*, dan *satisfaction*. Hasil penilaian tersebut menjadi dasar dalam pemilihan konsep rancangan terbaik.

8. Pembuatan *Prototype*

Rancangan yang telah terpilih akan dibuat sampai pada tahap *high-fidelity prototype*. *Prototype* akan dibuat menggunakan *software* Adobe XD. *Prototype* dapat diuji coba dan digunakan pada *smartphone*.

9. Evaluasi *Prototype*

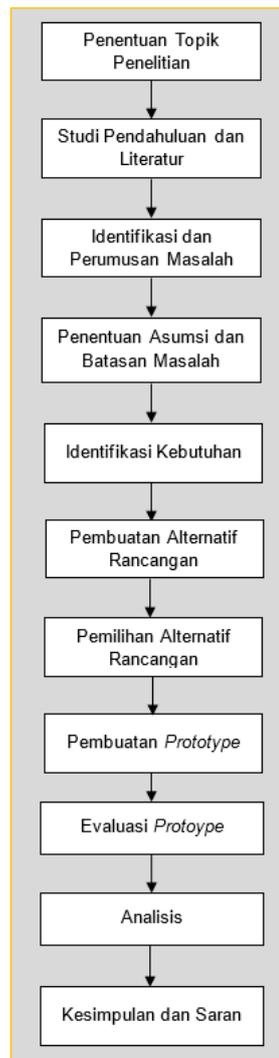
Evaluasi *prototype* akan dilakukan oleh beberapa responden untuk menguji kriteria *learnability*, *efficiency*, *usefulness*, *effectiveness*, dan *satisfaction*. Evaluasi akan dilakukan dengan memberikan responden beberapa buah skenario yang harus mereka selesaikan menggunakan *high-fidelity prototype* yang telah dirancang.

10. Analisis

Analisis dilakukan terhadap rancangan terpilih untuk mengetahui apakah rancangan yang ada sudah menjawab permasalahan yang ada. Selain itu dilakukan analisis dari evaluasi *prototype* dan mendata hal-hal yang masih perlu diperbaiki untuk menyempurnakan rancangan aplikasi jejaring sosial untuk *session player*.

11. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap *interface* aplikasi jejaring sosial untuk *session player* dalam bentuk *high-fidelity prototype*. Kesimpulan diharapkan dapat menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Saran diberikan lewat hasil analisis penelitian agar penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik.



Gambar I.8 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Pada penelitian yang dilakukan, disusun sebuah sistematika penulisan yang terdiri atas lima bagian. Kelima bagian tersebut terdiri atas Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Pengumpulan dan Pengolahan Data, Analisis, serta Kesimpulan dan Saran. Berikut merupakan penjelasan dari sistematika penulisan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisikan teori yang berasal dari beberapa sumber terkait, baik buku, jurnal, dan sebagainya yang akan digunakan untuk menunjang penelitian. Tinjauan pustaka akan dijadikan landasan berpikir dalam melakukan penelitian. Literatur yang dijelaskan adalah literatur yang terkait dengan internet, *smartphone*, aplikasi *mobile*, *session player*, desain interaksi, *prototyping*, *usability testing*, penyesuaian, dan *system usability scale*.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data dari penelitian. Pada tahap pengumpulan data akan dilakukan identifikasi kebutuhan, pembuatan persona dan skenario, *design workshop*. Pada tahap pengolahan data akan dilakukan pemilihan alternatif terpilih, pengembangan alternatif terpilih, pembuatan *prototype*, *usability testing*, dan penerapan hasil *usability testing*.

BAB IV ANALISIS

Pada bab ini terdapat hasil analisis dari pengambilan data, pengolahan data dan pengujian yang dilakukan. Bab ini akan terbagi menjadi sembilan subbab yang berisikan analisis dari perhitungan dan pengolahan data serta aplikasi jejaring sosial bagi *session player* secara menyeluruh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan hasil dari penelitian yang akan menjawab rumusan masalah di awal. Selain itu, penulis akan memberikan saran terkait penelitian yang telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas penelitian dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.