

**PERANCANGAN *WEBSITE SEVEN AM (7AM)*
CREATIVE INDUSTRY BERDASARKAN METODE
*USER CENTERED DESIGN***

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Ikhsan Faqih

NPM : 2011610177



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2018**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Ikhsan Faqih
NPM : 2011610177
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : *PERANCANGAN WEBSITE SEVEN AM (7AM) CREATIVE
INDUSTRY BERDASARKAN METODE USER CENTERED
DESIGN*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

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

Dosen Pembimbing

15/8/2018

(Marihot Nainggolan , S.T, M.T., M.S.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ikhsan Faqih

NPM : 2011610177

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

"PERANCANGAN WEBSITE SEVEN AM (7AM) CREATIVE INDUSTRY BERDASARKAN METODE USER CENTERED DESIGN"

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, 13 Agustus 2018

Ikhsan Faqih
2011610177

ABSTRAK

Perkembangan internet telah membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis. Hal ini tentu saja berimbas pada pola pikir masyarakat. Media internet memang sangat membantu memperoleh berbagai informasi dan melakukan komunikasi dimana saja, kapan saja tanpa adanya batasan waktu. Maka tidak heran rasanya internet pun sekarang banyak dimanfaatkan sebagai penunjang sarana bisnis dan menjadikan internet sebagai media promosi dalam mencari pasar yang lebih luas. Salah satu cara yang ditempuh adalah promosi melalui *website*. *Sevenam (7AM) creative Industry* adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, yang bisnis utamanya meliputi *printing, apparel*, desain grafis dan desain produk, serta fotografi, dan saat ini memiliki *office* di jl. Muararajeun no. 40. Saat ini, *Sevenam (7AM)* belum sepenuhnya memanfaatkan potensi internet dalam melakukan proses bisnisnya. Maka dari itu *website* menjadi suatu kebutuhan bagi perusahaan *Sevenam (7AM)*.

Dalam perancangan *website* perusahaan *Sevenam (7AM)*, pengguna diikutsertakan dalam menentukan kebutuhan apa saja yang perlu dipenuhi oleh desain *website* yang digali dengan metode wawancara. Kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam merancang *high-fidelity prototipe website*. Uji kemampupakaian dilakukan untuk mengetahui tingkat pemenuhan kriteria kemampupakaian dari rancangan *website*. Uji kemampupakaian dilakukan terhadap 3 kriteria yaitu yakni *effectiveness, efficiency* dan *learnability*. Selain itu juga dilakukan wawancara dan kuisioner SUS dalam uji kemampupakaian dan menghasilkan nilai 78,13 yang berarti baik. Berdasarkan hasil uji kemampupakaian, dilakukan evaluasi dari rancangan *website* yakni pada bagian '*Home*', '*About Us*', '*Product*', serta penempatan fasilitas '*How To Order*'. Proses evaluasi ini dilakukan berdasarkan komentar dari responden yang sebelumnya sudah melakukan proses evaluasi terhadap prototipe yang dari komentar tersebut ditemukan *usability problems*.

ABSTRACT

The development of the internet has made people's lives easier, faster and more practical. Of course this thing has an impact on the mindset of the community. Internet media is very helpful in obtaining various information and communicating anywhere, anytime without any time limit. So it is not surprising that the internet is now widely used as a support for the facilities of business and makes the internet a promotional medium in seeking a broader market. One of the ways taken is promotion through the website. Sevenam (7AM) creative Industry is a company engaged in the creative industry, whose main businesses include printing, apparel, graphic design and product design, and photography, and currently has an office in Jl. Muararajeun no. 40. Currently, Sevenam (7AM) has not fully exploited the potential of the internet in its business processes. Therefore the website becomes a necessity for the Sevenam (7AM) company.

In designing the Sevenam (7AM) company website, users are included in determining what needs need to be fulfilled by the website design that is explored by the interview method. These needs are the basis for designing high-fidelity prototype website. The usability test is carried out to determine the level of fulfillment of the capability criteria of the website design. The usability testing was carried out on 3 criteria, namely effectiveness, efficiency and learnability. In addition, interviews and SUS questionnaires were also conducted in the usability testing and produced a value of 78,13 which means good. Based on the results of the usability testing, an evaluation of the website design was carried out in the 'Home', 'About Us', 'Product' sections, and the placement of the 'How To Order' facility. This evaluation process was carried out based on comments from respondents who had previously carried out the evaluation process of the prototype from the comments found usability problems.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang diberikan-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Website Seven Am (7am) Creative Industry* Berdasarkan Metode *User Centered Design*”, sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Teknik, dalam jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M.S., selaku dosen pembimbing tunggal yang telah membimbing, mensupport, dan memberikan arahan dengan penuh kesabaran, serta bersedia meluangkan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM selaku ketua program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) sekaligus sebagai Dosen Wali. Terima kasih atas kesabaran dan kesempatan yang diberikan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
3. Seluruh dosen, tata usaha, serta pekaya program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama menjalani proses perkuliahan di gedung 8 dan gedung 10.
4. Kedua orang tua Ir. H. Chairuddin Gufron dan Hj. Riyatna, serta abang DR. Arief Firmansyah beserta keluarga dan abang Briyan Arya Putra, S.T., M.T. beserta keluarga yang tidak kenal lelah terus berdoa dan memberikan dukungan kepada putra dan adiknya sehingga dijadikan motivasi terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan tanggungjawab ini.
5. Keluarga besar rumah Eyckman 20G, Tante Sumi, Almarhumah Bulek Harniyati, Adis, Dias yang telah memberikan doa dan dukungan serta

suasana yang kondusif dirumah sehingga penulis dapat dengan tenang untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman seperjuangan Keluarga Besar Teknik Industri angkatan 2011 yang telah melalui perjuangan bersama-sama selama kuliah.
7. Seluruh jajaran pengurus dan tim *Sevenam (7AM) Creative Industry* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
8. Tim *Djugend House* yang telah sabar dan memahami penulis sehingga banyak pekerjaan yang melewati *deadline* penyelesaian
9. Kowala tim, yang begitu sabar memahami penulis sehingga banyak pekerjaan yang harus ditinggalkan selama penulis menyelesaikan Tugas akhir ini.
10. Seluruh responden yang telah membantu dalam pengumpulan data dan evaluasi sehingga tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
11. Seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tak lepas dari kekurangan, sehingga kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-3
1.3 Pembatasan Masalah.....	I-7
1.4 Tujuan Penelitian	I-8
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-8
1.6 Metodologi Penelitian.....	I-8
1.7 Sistematika Penulisan.....	I-12

BAB II LANDASAN TEORI

II.1 <i>Website</i>	II-1
II.2 Desain Interaksi.....	II-2
II.2.1 <i>Identifying Needs and Establishing Requirement</i>	II-3
II.2.2 <i>Developing Alternative Designs</i>	II-4
II.2.3 <i>Building Interactive Versions of the Designs</i>	II-5
II.2.4 <i>Evaluating Designs</i>	II-6
II.3 <i>Usability dan Usability Testing</i>	II-7
II.4 Perhitungan Waktu Baku.....	II-9
II.5 <i>System Usability Scale (SUS)</i>	II-12
II.6 Tipografi Jenis Huruf.....	II-13

BAB III PERANCANGAN

III.1 <i>Sevenam (7AM) Creative Industry</i>	III-1
III.2 Identifikasi Kebutuhan.....	III-3
III.3 Persona dan Skenario.....	III-9
III.4 Perancangan Konsep Desain.....	III-11
III.5 Perancangan Prototipe Versi Interaktif Desain.....	III-20
III.6 Evaluasi Prototipe.....	III-31
III.6.1 Rencana Evaluasi.....	III-32
III.6.2 Hasil <i>Usability Testing</i>	III-36
III.7 Perbaikan Desain <i>Website</i>	III-43

BAB IV ANALISIS

IV.1 Analisis Identifikasi Kebutuhan.....	IV-1
IV.2 Analisis Perancangan Konsep Desain.....	IV-3
IV.3 Analisis Pemilihan Kriteria Uji Kemampupakaian.....	IV-4
IV.4 Analisis Evaluasi Desain.....	IV-5
IV.5 Analisis Perbaikan Desain.....	IV-7

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Hasil Wawancara Pendahuluan Responden 1.....	I-6
Tabel II.1	Penyesuaian Menurut Cara Shumard.....	II-11
Tabel III.1	Hasil Wawancara Dengan Responden 1.....	III-4
Tabel III.2	Hasil Wawancara Dengan Responden 2.....	III-5
Tabel III.3	Contoh Hasil Interpretasi Kebutuhan Responden 1.....	III-6
Tabel III.4	Rekapitulasi Interpretasi Kebutuhan.....	III-8
Tabel III.5	Tolak Ukur <i>Usability Testing</i>	III-32
Tabel III.6	<i>Task</i> Skenario.....	III-33
Tabel III.7	Langkah Pengerjaan <i>Task</i> Skenario.....	III-35
Tabel III.8	Rekapitulasi Hasil Pengujian Kriteria <i>Efficiency</i>	III-37
Tabel III.9	Keterangan Kesalahan Responden.....	III-38
Tabel III.10	Perhitungan Waktu Standar (Detik).....	III-39
Tabel III.11	Waktu Pengerjaan <i>Task</i> Skenario Setiap Responden.....	III-39
Tabel III.12	Rekapitulasi Kuesioner SUS.....	III-40
Tabel III.13	Rekapitulasi Nilai SUS Kriteria <i>Learnability</i>	III-41
Tabel III.14	Rekapitulasi Hasil <i>Usability Testing</i>	III-42
Tabel III.15	Komentar dan Saran Responden.....	III-43

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Pertumbuhan Pengguna Internet Berdasarkan Negara.....	I-2
Gambar I.2	Peta <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	I-3
Gambar I.3	Metodologi Penelitian.....	I-11
Gambar II.1	Model Desain Interaksi.....	II-2
Gambar III.1	<i>Cross-Functional Chart</i> Bisnis Utama <i>Sevenam (7AM)</i>	III-2
Gambar III.2	Pertumbuhan Jumlah Kebutuhan.....	III-7
Gambar III.3	Persona.....	III-9
Gambar III.4	Skenario.....	III-10
Gambar III.5	Sketsa Tampilan <i>Home</i>	III-11
Gambar III.6	Sketsa Tampilan Bagian Tentang Kami.....	III-12
Gambar III.7	Sketsa Tampilan Bagian <i>Services</i>	III-13
Gambar III.8	Sketsa Tampilan Bagian <i>Product</i>	III-14
Gambar III.9	Sketsa Tampilan Bagian Hubungi Kami.....	III-15
Gambar III.10	Tampilan Menu <i>Printing Production</i>	III-16
Gambar III.11	Tampilan Order Detail.....	III-17
Gambar III.12	Tampilan Menu Material.....	III-17
Gambar III.13	Tampilan Menu <i>Size</i>	III-18
Gambar III.14	Tampilan Menu <i>Laminating</i>	III-18
Gambar III.15	Tampilan <i>How To Order</i>	III-19
Gambar III.16	Tampilan ' <i>Home</i> ' Versi Interaktif Desain.....	III-21
Gambar III.17	Tampilan ' <i>Tentang Kami</i> ' Versi Interaktif Desain.....	III-22
Gambar III.18	Tampilan ' <i>Services</i> ' Versi Interaktif Desain.....	III-23
Gambar III.19	Tampilan ' <i>Product</i> ' Versi Interaktif Desain.....	III-24
Gambar III.20	Tampilan Menu Produk <i>Printing</i>	III-25
Gambar III.21	Tampilan ' <i>Hubungi Kami</i> ' Versi Interaktif Desain.....	III-26
Gambar III.22	Halaman Menu <i>Printing Production</i>	III-27
Gambar III.23	<i>Detail Order</i>	III-28
Gambar III.24	Pilihan Material.....	III-29

Gambar III.25 Tampilan <i>Size</i>	III-29
Gambar III.26 Tampilan <i>Laminating</i>	III-30
Gambar III.27 Tampilan Halaman <i>How To Order</i>	III-31
Gambar III.28 Perbaikan Tampilan <i>Home</i>	III-44
Gambar III.29 Perbaikan Tampilan <i>About Us</i>	III-45
Gambar III.30 Perbaikan Tampilan <i>Product</i>	III-46
Gambar III.31 Perbaikan Penempatan ' <i>How To Order</i> '.....	III-47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Hasil Wawancara Penelitian Pendahuluan

LAMPIRAN B Hasil Wawancara Pendahuluan Terhadap Pihak Perusahaan

LAMPIRAN C Hasil Wawancara Identifikasi Kebutuhan

LAMPIRAN D Hasil Interpretasi Kebutuhan Responden

BAB I

PENDAHULUAN

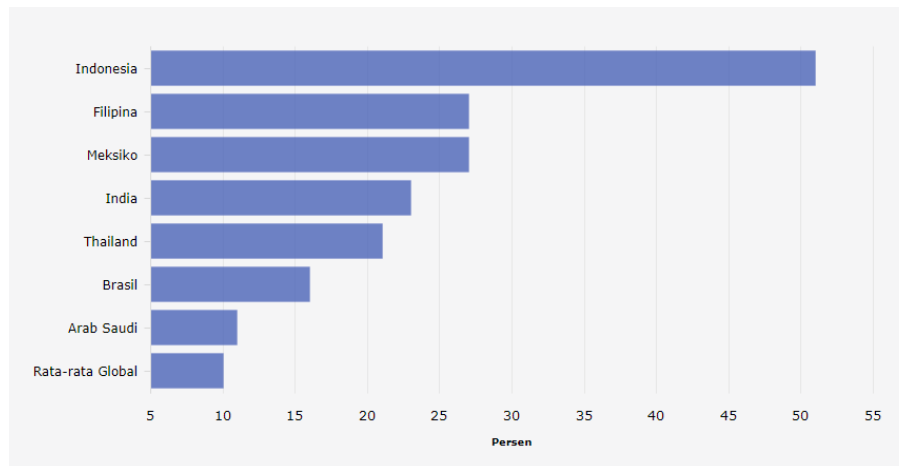
Pada bab ini akan dibahas penjelasan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan dari perancangan *website Sevenam (7AM) Creative Industry*.

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju di seluruh dunia, kebutuhan akan media internet menjadi salah satu kebutuhan penting di dalam kehidupan manusia. Media internet memang sangat membantu memperoleh berbagai informasi dan melakukan komunikasi dimana saja, kapan saja tanpa adanya batasan waktu. Berdasarkan riset *We Are Social* dan *Hootsuite 2017*, pengguna internet di Indonesia tumbuh 51 persen dalam kurun waktu satu tahun. Angka ini merupakan yang terbesar di dunia, bahkan jauh melebihi pertumbuhan rata-rata global yang hanya 10 persen. Di posisi kedua dan ketiga adalah Filipina dan Meksiko, keduanya memiliki angka pertumbuhan sebesar 27 persen. (<https://databoks.katadata.co.id>).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, berdasarkan jenis kelamin komposisi pengguna internet oleh penduduk di Indonesia adalah 51,43 persen laki-laki dan 48,57 persen perempuan. Adapun berdasarkan usia, sebanyak 16,68 persen pengguna berusia 13-18 tahun dan 49,52 persen berusia 19-34 tahun. Sementara itu, persentase pengguna internet berusia 35-54 tahun mencapai 29,55 persen. Pengguna internet berusia 54 tahun keatas mencapai 4,24 persen. Berdasarkan wilayah, lebih dari separuh atau sebesar 58,08 persen pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berada di Pulau Jawa. Adapun sekitar 19 persen berada di Pulau Sumatera, 7,97 persen di Pulau Kalimantan, 5,63 persen berada di Bali dan Nusa Tenggara, 6,73 persen berada di Pulau Sulawesi, serta

2,49 persen di Maluku dan Papua (Setiawan. 2017). Pertumbuhan pengguna internet berdasarkan Negara dapat dilihat pada gambar I.1.



Gambar I.1 Pertumbuhan pengguna internet berdasarkan Negara

(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia>)

Hal ini dipengaruhi pula oleh perkembangan teknologi *smartphone* yang beredar di pasaran, yang membuat para pengguna internet dapat melakukan akses internet melalui *smartphone* mereka dimanapun dan kapanpun mereka berada. Melihat pesatnya pertumbuhan internet di beberapa tahun kebelakang, internet pun sekarang banyak dimanfaatkan sebagai sarana bisnis seperti *online-shopping*, dan juga banyak pula perusahaan yang memanfaatkan internet sebagai sarana promosi yang murah dan mudah. Dengan penyebaran informasi yang mudah serta didukung oleh teknologi yang berkembang pada saat ini, banyak sekali perusahaan yang berlomba-lomba untuk meraih keuntungan lebih dari internet.

Hampir setiap perusahaan ataupun organisasi diseluruh dunia ini menggunakan *website* yang berisi mengenai profil perusahaan yang mempermudah mereka untuk melakukan *branding* terhadap dunia luar agar mendapat perhatian lebih dari pengguna atau konsumennya. Menurut tim iPrice, dalam *website* nya menyebutkan bahwa Persaingan e-commerce di Indonesia kian hari kian menarik. Pertengahan Maret lalu Lazada mendapat guyuran dana sebesar Rp27 triliun oleh

Alibaba. Ditambah kehadiran Lucy Peng yang merupakan salah satu dari delapan belas pendiri Alibaba kini menjabat sebagai CEO, bukan tidak mungkin Lazada akan menjelma menjadi “Alibaba”nya Indonesia di tahun-tahun mendatang. Indonesia memang selalu menjadi pasar yang menggiurkan, populasi muda yang besar, penetrasi *mobile* yang terus meningkat, dan juga pertumbuhan ekonomi yang semakin kuat. Tidak hanya Lazada, gempuran pemain e-commerce asing lainnya juga datang dari negara Singapura, yakni Shopee yang tidak kalah gesit dalam meraih kue pasar. Berikut peringkat Top-10 *E-Commerce* dari semua parameter yang digunakan di Peta E-Commerce Indonesia. (Tim iPrice, 2017)

TOP 10 E-Commerce						
Rank	Visits	App Installs	Twitter	Instagram	Facebook	Employees
1	Lazada	Ali Express	Blibli	Hijup	Lazada	Mapemall
2	Tokopedia	Zalora	Tokopedia	Shopee	Zalora	Lazada
3	Elevenia	Tokopedia	Lazada	Lazada	Blibli	Tokopedia
4	Bukalapak	Lazada	Bukupedia	8Wood	Tokopedia	Bukalapak
5	Blibli	Shopee	Elevenia	Mothercare	Shopee	Mataharimall
6	JD ID	Bukalapak	Bukalapak	Brodo	Bukalapak	Blibli
7	Shopee	Mataharimall	Matahari Mall	Tokopedia	Mataharimall	Shopee
8	Blanja	Qoo10	Bhinneka	Mataharimall	Elevenia	Bhinneka
9	Matahari Mall	Blibli	Zalora	Zalora	Brodo	Zalora
10	Bhinneka	Elevenia	Hijup	Bukalapak	Bhinneka	Elevenia

Gambar I.2 Peta *E-Commerce* di Indonesia

(<https://iprice.co.id/trend/insights/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-30/>)

Sebuah *website* merupakan salah satu modal sarana informasi yang harus dimiliki, oleh karena itu sebuah *website* diharuskan memiliki kualitas dan tampilan yang menarik agar informasi yang ingin disampaikan melalui *website* tersebut dapat dengan mudah terserap dan tersalurkan oleh pengunjung *website* tersebut serta menarik perhatian pengunjung untuk terus mengakses *website* tersebut. (Kanthy, 2017)

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Sevenam (7AM) creative Industry adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, yang bisnis utamanya meliputi *printing* (cetakan), *apparel* (konveksi), desain grafis dan desain produk, serta fotografi. Perusahaan ini berdiri

pada pertengahan tahun 2008 dan saat ini memiliki *office* di Jl. Muararajeun no. 40. Perusahaan ini juga menawarkan jasa desain dimana banyak dari setiap konsumen yang datang memiliki ide-ide namun kurang dapat mendeskripsikannya menjadi desain yang menarik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan berbekal desain, bahan, dan unit-unit produksi berpengalaman maka perusahaan ini menjadi pilihan yang dapat memenuhi kebutuhan dan sekaligus menjadi solusi bagi konsumen. Saat ini, *Sevenam (7AM)* memiliki 2 orang tenaga ahli dalam bidang desain grafis, 2 orang tenaga ahli dalam bidang produksi khususnya dalam bidang *apparel*, 2 orang tenaga khusus dalam bidang promosi atau *marketing* serta satu orang yang dikhususkan untuk bertanggungjawab dalam hal *financial*.

Selama kurang lebih 10 tahun berdiri, *Sevenam (7AM)* seringkali mengalami kesulitan dalam mengambil porsi pasar potensial. Hal ini dikarenakan *Sevenam (7AM)* belum sepenuhnya memanfaatkan potensi internet dalam melakukan proses bisnisnya. Hingga saat ini, cara promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan adalah hanya melakukan pendekatan ke beberapa instansi dan sekolah-sekolah di Kota Bandung dengan mengikuti proses *tender* apabila instansi atau sekolah tersebut hendak melakukan suatu pengadaan barang dan jasa. Namun pihak perusahaan seringkali mengalami kekalahan dalam proses tender tersebut karena salah satu syarat *tender* tersebut adalah biasanya terdapat poin *website* yang digunakan untuk mengukur kredibilitas dari suatu perusahaan yang mengikuti *tender*. Selain melakukan pendekatan dengan cara tersebut, perusahaan juga mengandalkan penyaluran informasi melalui mulut ke mulut sebagai media promosi untuk dapat dikenal di dalam pasar perusahaan *Sevenam (7AM)* itu sendiri karena tidak memiliki *website* pribadi atas nama perusahaan.

Tidak adanya *website* khusus mengenai perusahaan *Sevenam (7AM)* menyebabkan penyebaran informasi atas keberadaan perusahaan *Sevenam (7AM)* kurang maksimal dan menyebabkan permasalahan tersendiri bagi perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan pengguna produk dan jasa perusahaan *Sevenam (7AM)*, timbul kendala-kendala seperti penyampaian informasi yang kurang jelas. Informasi seperti jasa yang dimiliki, produk yang dapat disediakan oleh pihak perusahaan, kelebihan-kelebihan dari produk dan jasa yang ditawarkan serta foto-

foto pendukung tidak dapat disajikan dengan baik. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan *Sevenam (7AM)*, konsumen dari perusahaan *Sevenam (7AM)* selama ini tidak mengalami banyak peningkatan yang signifikan. Oleh karena itu, Untuk dapat mengenalkan perusahaan *Sevenam (7AM)* ke dalam pasar potensial yang lebih luas, maka dibutuhkan sebuah *website* pribadi dari perusahaan *Sevenam (7AM)*. Dengan adanya *website* pribadi ini maka penyampaian informasi mengenai perusahaan *Sevenam (7AM)* terhadap konsumen dapat lebih cepat diterima. Selain itu, dengan adanya *website* ruang lingkup konsumen dari perusahaan *Sevenam (7AM)* akan menjadi sangat luas dan tidak terbatas oleh ruang lingkup daerah Bandung saja, melainkan bisa hingga seluruh Indonesia bahkan mancanegara.

Sebelum melanjutkan apakah pasar dari perusahaan *Sevenam (7AM)* sudah siap untuk menggunakan fasilitas *website* dari perusahaan *Sevenam (7AM)* ini, maka terlebih dahulu akan dilakukan penelitian pendahuluan. Penelitian pendahuluan dibagi menjadi dua yaitu wawancara dengan pemilik perusahaan dan wawancara dengan sepuluh orang pengguna potensial perusahaan *Sevenam (7AM)*. Wawancara terhadap pihak perusahaan dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dari pihak perusahaan. Wawancara yang dilakukan terhadap pihak perusahaan dapat dilihat pada Lampiran A.

Pengguna potensial dari *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* adalah orang-orang yang sudah pernah dan memungkinkan untuk kembali menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan *Sevenam (7AM)*. Wawancara yang dilakukan pada saat melakukan penelitian pendahuluan terdiri dari lima buah pertanyaan yaitu:

1. Apakah Anda terbiasa dan nyaman dalam menggunakan internet?
2. Seberapa sering Anda menggunakan internet?
3. Bagaimana cara Anda mencari informasi mengenai perusahaan yang bergerak dibidang *printing*, desain, dan fotografi?
4. Sudah pernahkah Anda menggunakan jasa perusahaan yang bergerak dibidang *printing*, desain, dan fotografi tersebut? Sudah pernahkah Anda menggunakan jasa *Sevenam (7AM)*?

5. Apakah dengan adanya website dari *Sevenam (7AM)* dapat membantu Anda dalam menggunakan jasa tersebut?

Berikut merupakan contoh hasil wawancara dengan pengguna potensial *website*.

Tabel I.1 Hasil Wawancara Pendahuluan Responden 1

Pertanyaan ke-	Jawaban
1	Saya sangat terbiasa dalam hal menggunakan internet
2	Setiap hari dan setiap waktu sepertinya saya menyempatkan untuk membuka internet
3	Sering nya internet sih.
4	Udah pernah, saya browsing di internet pas lagi perlu jasa desain. Tapi kalo sama <i>Sevenam (7AM)</i> nya blm pernah
5	Membantu banget Kang, soalnya pas aktu saya <i>searching</i> di lebih menghabiskan waktu gitu terus nyarinya juga random tanpa ada referensi dulu

Hasil wawancara terhadap sepuluh pengguna potensial *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran A. Berdasarkan hasil penelitian awal, pengguna potensial dari perusahaan *Sevenam (7AM)* memberikan tanggapan positif mengenai adanya *website* perusahaan tersebut. Diketahui bahwa karakteristik dari konsumen dari perusahaan *Sevenam (7AM)* merasa nyaman untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan *Sevenam (7AM)* melalui sarana internet atau *website*.

Website perusahaan *Sevenam (7AM)* dirancang dengan menggunakan pendekatan *User Centered Design (UCD)*. Menurut Rubin & Chisnell (2008), UCD merupakan teknik, proses, metode, dan prosedur untuk merancang produk dan sistem yang berguna dengan menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses perancangan. Pengguna yang dimaksud dalam hal ini adalah konsumen dan juga mungkin perusahaan itu sendiri. Hal ini dilakukan agar *website* yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang ada. Perancangan *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* akan dievaluasi dengan memperhatikan *usability factors*. Menurut (HAndayani, 2013) yang juga pernah

melakukan penelitian mengenai *website* pada STTNAS YOGYAKARTA, penelitian terkait *website*, *usability factor* digunakan untuk mengetahui apakah pengguna merasakan efektifitas, efisiensi serta kemudahan terhadap *website* suatu perusahaan untuk dipahami dan dipelajari. Agar suatu *website* menjadi efektif, efisien dan dapat dengan mudah dipahami terhadap pengguna, maka *website* tersebut harus dapat memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menyelesaikan aktivitas terkait pada *website* tersebut dengan sebaik mungkin. Rancangan *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* dirancang dengan menggunakan metode *usability testing* dan juga kuesioner SUS terhadap responden. Dengan menggunakan *Usability testing* dan kuesioner SUS tersebut, diharapkan dapat diketahui apakah pengguna sudah merasakan efektifitas, efisiensi serta merasakan kemudahan dalam memahami dan mempelajari *website* dari suatu perusahaan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa *website* yang dirancang telah memenuhi kriteria *usability*.

Berdasarkan identifikasi masalah seperti yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja kebutuhan konsumen yang perlu untuk ditampilkan pada rancangan *website*?
2. Bagaimana konsep desain awal perancangan *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen?
3. Bagaimana evaluasi desain *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* dengan memperhatikan faktor kemampuan?

I.3 Pembatasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang dijelaskan pada bagian ini bertujuan agar penelitian lebih terfokus dan terarah sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Berikut adalah beberapa batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Penelitian tidak memperhitungkan biaya.
2. Hasil penelitian berupa prototipe *high fidelity*, penggunaan menjadi keputusan dari perusahaan.

3. Aspek *usability* yang dipertimbangkan yakni *effectiveness*, *efficiency* dan *learnability*

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang sudah dijelaskan, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan konsumen dari perusahaan *Sevenam (7AM)* melalui *website* yang dirancang.
2. Mengetahui desain awal dari rancangan *website* perusahaan *Sevenam (7AM)* berdasarkan kebutuhan konsumen.
3. Mengevaluasi rancangan prototipe *website* dengan mempertimbangkan faktor kemampupakaian.

I.5 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini baik itu bagi perusahaan, peneliti, dan juga para pembaca yaitu Bagi perusahaan atau dalam hal ini adalah pihak perusahaan *Sevenam (7AM)*, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kubutuhan konsumen melauai *website* yang dirancang, serta dapat memperluas jangkauan konsumen dari perusahaan dimana selama beberapa tahun ini mengalami penurunan.

Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan pengalaman serta menambah pengetahuan dalam merancang *website* dengan memperhatikan faktor kemampupakaian yang terdiri dari kriteria *effectiveness*, *efficiency* dan *learnability* Bagi pembaca, penelitian ini dapat memperluas wawasan mengenai topik penelitian perancangan *website* dengan menggunakan metode *usability* serta dapat dijadikan sumber referensi baru apabila ada penelitian yang memiliki topik dan masalah yang serupa dimasa mendatang.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan pada saat melakukan penelitian. Dalam melakukan penelitian dan perancangan *website*

untuk perusahaan *Sevenam (7AM)* dilakukan beberapa tahapan sehingga penelitian dan perancangan dapat berjalan secara sistematis. Tahapan-tahapan dalam penelitian dan perancangan diantaranya adalah :

1. Penentuan Topik
Topik yang dipilih dalam penelitian ini adalah perancangan *website Sevenam (7AM) Creative Industry* berdasarkan metode *usability testing*.
2. Penelitian Pendahuluan dan Studi Literatur
Penelitian pendahuluan dibagi menjadi dua yaitu wawancara dengan pemilik perusahaan dan wawancara dengan sepuluh orang pengguna potensial perusahaan *Sevenam (7AM)*. Hal ini dilakukan untuk membantu mendapatkan informasi dari permasalahan yang dialami oleh konsumen. Sedangkan studi literature dilakukan dengan mempelajari teori-teori terkait yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Identifikasi masalah dilakukan untuk menjelaskan masalah secara lengkap dan perumusan masalah dilakukan untuk menentukan masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian.
4. Penentuan Batasan Penelitian dan Asumsi
Penentuan batasan penelitian dan asumsi dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian dapat lebih terfokus pada permasalahan utama dan mendapatkan solusi sesuai dengan tujuan sebelumnya.
5. Tujuan Penelitian
Tujuan penelitian kemudian ditentukan berdasarkan poin-poin yang terdapat di dalam perumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Tujuan tersebut menjadi tolak ukur dalam menentukan keberhasilan dari penelitian.
6. Identifikasi Kebutuhan
Identifikasi kebutuhan didapat dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara terhadap pengguna yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.
7. Pembuatan Persona dan Skenario

Tahap selanjutnya setelah mengidentifikasi kebutuhan yang perlu diakomodasi, adalah membuat persona dan skenario. Persona dibuat untuk memberi perspektif pada perancang, sedangkan skenario dibuat untuk membantu memahami masalah dan mengevaluasi desain.

8. Perancangan Konsep Desain

Tahap selanjutnya setelah persona dan scenario terbentuk adalah tahapan perancangan konsep desain. Tahap ini dilakukan oleh seorang perancang dengan menggambarkan suatu prototipe diatas kertas dan didasari oleh kebutuhan konsumen yang diinterpretasikan.

9. Pembuatan Prototipe Versi Interaktif

Berdasarkan desain yang telah dirancang maka selanjutnya dilakukan pembuatan versi interaktif berupa prototipe *high-fidelity*. Prototipe dibuat agar pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan desain *website*.

10. Evaluasi Desain

Prototipe yang telah dibuat kemudian dievaluasi berdasarkan tiga kriteria kemampupakaian yaitu efektivitas, efisiensi, dan kemudahan dipelajari. Hasil evaluasi nantinya akan digunakan untuk melakukan perbaikan.

11. Perbaikan Desain

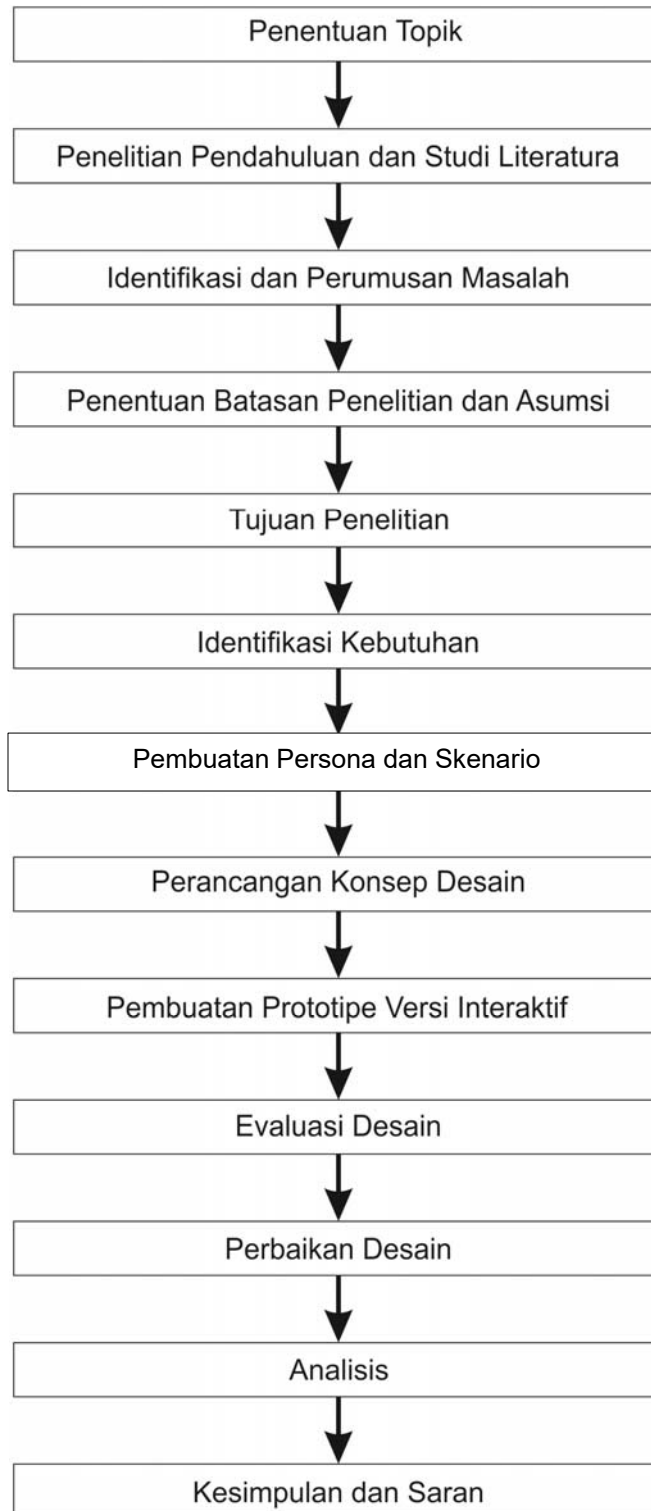
Setelah melakukan evaluasi desain, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah memperbaiki desain. Perbaikan ini dilakukan berdasarkan kebutuhan perbaikan yang telah teridentifikasi sebelumnya.

12. Analisis

Analisis dilakukan untuk mengetahui hasil penelitian secara keseluruhan. Dari analisis juga dapat diketahui setiap kaitan antara proses yang satu dengan proses lainnya dan juga pemilihan kriteria-kriteria yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian.

13. Kesimpulan dan Saran

Setelah melakukan analisis tahap selanjutnya yaitu membuat suatu kesimpulan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah dalam penelitian dan saran yang berisi masukan untuk penelitian serupa di masa mendatang.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari pendahuluan, landasan teori, perancangan, evaluasi perancangan dan analisis, dan kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasannya.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang permasalahan, identifikasi dan rumusan masalah, asumsi dan pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

BAB II berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian. Teori-teori tersebut diperoleh dari studi literature. Studi literatur dilakukan dengan membaca buku-buku yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan. Melalui internet juga dikumpulkan teori-teori yang berguna dalam jalannya penelitian.

BAB III PERANCANGAN

BAB III Berisi seluruh tahapan perancangan prototipe *high fidelity*. Dari identifikasi kebutuhan, persona dan skenario, pengembangan desain, pembuatan versi interaktif, evaluasi desain, hingga perbaikan desain.

BAB IV ANALISIS

Bab IV Berisi analisis dari seluruh tahapan dalam penelitian. Tahapan-tahapan yang dijadikan poin analisis yakni keseluruhan dari tahapan perancangan prototipe *high fidelity*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang dapat dipertimbangkan jika ada penelitian serupa di masa mendatang.