

**PERANCANGAN APLIKASI PENUNJANG
PERENCANAAN PERNIKAHAN DENGAN METODE
DESAIN PARTISIPATIF**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

NAMA : Brigitta Vania Asanti

NPM : 2014610135



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Brigitta Vania Asanti
NPM : 2014610135
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN APLIKASI PENUNJANG PERENCANAAN
PERNIKAHAN DENGAN METODE DESAIN PARTISIPATIF

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2018

**Ketua Program Studi Teknik
Industri**

Dr. Carles Sitompul

Pembimbing Pertama

27/7/2018

Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M.S.

Pembimbing Kedua

27/07/18

Cindy Marika Amalia Wibowo, S.T., M.T.



Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Brigitta Vania Asanti

NPM : 2014610135

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

"Perancangan Aplikasi Penunjang Perencanaan Pernikahan dengan Metode Desain
Partisipatif"

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, 25 Juli 2018

Brigitta Vania Asanti

NPM : 2014610135

ABSTRAK

Pernikahan merupakan suatu perjanjian untuk mengikat diri antara seorang laki-laki dan perempuan. Dalam mempersiapkan pernikahan, pasangan yang akan menikah melakukan komunikasi dengan *vendor* penyedia jasa pernikahan. Berdasarkan penelitian, kebutuhan akan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan terbagi menjadi dua kelompok kebutuhan. Kebutuhan tersebut dipisahkan berdasarkan tipe pengguna dari aplikasi, yaitu sebagai pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan (*customer*) dan pihak penyedia jasa pernikahan (*vendor*). Kebutuhan yang dimiliki kedua belah pihak berbeda. Bagi *customer* membutuhkan aplikasi yang memiliki fitur untuk dapat merencanakan pernikahan seperti fitur *planner*, keuangan, dan daftar tamu serta informasi seputar penyedia jasa pernikahan. Sedangkan bagi *vendor* membutuhkan aplikasi yang memiliki fitur untuk mendukung proses penjualan produk, menyediakan layanan pembuatan akun gratis dan sebagainya.

Penggunaan metode desain partisipatif pada penelitian perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan memungkinkan calon pengguna untuk ikut merancang aplikasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Metode *design workshop* yang dilakukan bersama dengan responden dan desainer menghasilkan masing-masing tiga konsep yang kemudian dipilih menjadi satu konsep final. Hasil rancangan akhir berupa dua buah prototipe untuk *customer* dan untuk *vendor*, hal ini dilakukan untuk menghindari adanya kesalahan pada saat pendaftaran dan mempermudah apabila dilakukan proses pengembangan ke tahap selanjutnya. Prototipe akhir berjenis *High Fidelity Prototype* sehingga penggunaan dari prototipe mempermudah responden untuk melakukan evaluasi.

Hasil dari evaluasi kedua aplikasi dengan metode objektif, diperoleh persentase *effectiveness* sebesar 89% (*customer*) dan 91.25% (*vendor*), persentase *efficiency* sebesar 93.43% (*customer*) dan 79.22% (*vendor*). Sedangkan dengan menggunakan metode SUS nilai prototipe sebesar 81.25 untuk prototipe *customer* dan 91.75 untuk prototipe *vendor*. Sehingga dapat dikatakan prototipe yang dirancang sudah *usable* dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

ABSTRACT

Marriage is a commitment for being attached between a man and a woman. In wedding preparation, the couple that soon to be married need to have communications with wedding vendor. Based on the research, needs for mobile applications for wedding preparation divided into two major groups of needs. Groups of needs divided based on the criteria of the applications users, which is the couple who are preparing for their wedding (customer) and the organization that support wedding services (vendor). The needs for two major groups have a differences. For customer, they need mobile application that features that can be used for planning the wedding such as to-do list planner, wedding budget, and guest list also information about wedding vendor. Meanwhile for vendor, they need mobile applications that features that can be used for support business process such as selling product, free account and so on.

Participatory design method used for the research about designing mobile application to support wedding planner allows future users to participate in designing the mobile applications that suitable with their needs and wants. Participatory design method which is conducted with respondents and a designer produce three concepts for each group. Final prototype divided into two prototype, prototype for customer and prototype for vendor, the reasons are to avoid any human error when user registering to the app and due to make prototype easier to develop. The final result of the prototype in the form of High Fidelity Prototype make it easy for respondents to evaluate.

Result of the evaluation of both mobile applications by using the objective method, obtained effectiveness percentage amount 89% (customer) and 91.25% (vendor), efficiency percentage amount 93.49% (customer) and 79.22% (vendor). Meanwhile by using the SUS methods, obtained the customer prototype value amount 81.25 and vendor prototype value amount 91.75. So it can be said that the prototype design already usable and suitable with user's needs.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dengan judul “Perancangan Aplikasi Penunjang Perencanaan Pernikahan dengan Metode Desain Partisipatif” disusun sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Seiring diselesaikannya skripsi ini, tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk kritik, saran, doa, motivasi dan sebagainya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara material maupun moral yang sangat berarti bagi penulis, antara lain:

1. Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan baik secara verbal berupa doa dan kata-kata motivasi yang terus menerus hingga dukungan material sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga tingkat perkuliahan, yang selalu mendorong penulis untuk tetap berjuang saat menghadapi masalah dan tidak menemukan jalan keluar dan selalu mengatakan untuk tetap memiliki keyakinan atas segala hal yang dilakukan.
2. Bapak Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M.S. dan Ibu Cindy Marika Amalia Wibowo, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan kritik dan masukan yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Daniel Siswanto, S.T., M.T., dan Bapak Yansen Theopilus, S.T., M.T., selaku dosen penguji sidang proposal skripsi dan dosen penguji skripsi, yang telah memberikan kritik, saran dan masukan kepada penulis.
4. Rendy Alfian yang selalu ada untuk memberikan bantuan, semangat, dan perhatian yang begitu besar kepada penulis hingga pembuatan skripsi selesai. Terima kasih untuk tetap setia dan sabar mengajarkan penulis dalam menggunakan *software-software* yang dapat mempermudah dalam pengerjaan skripsi dan meluangkan waktu selama pembuatan skripsi untuk membantu penulis.

5. Marcelina Abel dan Margareta Kayla selaku adik penulis yang selalu ada untuk menghibur dan mengganggu penulis. Terima kasih untuk sudah menjadi objek pengalihan yang membahagiakan dari skripsi.
6. Seluruh tim dosen, tata usaha dan pekarya program studi Teknik Industri yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Chatarina Putri dan Mega Suryani, selaku teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi, yang selalu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penulis tanpa melihat tingkat kepentingan dari pertanyaan dan saling memberikan dukungan satu sama lain. Terima kasih untuk selalu ada bersama dengan penulis selama 4 tahun masa perkuliahan.
8. Iva, Sanny, Aya, Melisa, Octa, Billy, Cheung, Ardi dan teman-teman lainnya selaku teman penulis selama masa perkuliahan.
9. Tim Get Moment yang selalu menerima perubahan yang diberikan dari hasil penulisan skripsi. Terima kasih atas kesabaran yang diberikan kepada penulis hingga perancangan aplikasi selesai.
10. Responden yang bersedia memberikan waktu dan pendapat mengenai perancangan aplikasi.
11. Pihak-pihak yang belum disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini dikarenakan keterbatasan dalam pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis terbuka dengan adanya masukan dan kritik dari pembaca untuk perbaikan lebih lanjut. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dan untuk penelitian selanjutnya.

Bandung, Juli 2017

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 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-23
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-24
I.5 Manfaat Penelitian	I-24
I.6 Metodologi Penelitian	I-24
I.7 Sistematika Penulisan	I-28

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Definisi Persiapan Pernikahan	II-1
II.2 Desain Interaksi	II-1
II.3 Desain Partisipatif.....	II-3
II.4 Prototipe	II-4
II.5 <i>Usability Testing</i>	II-6
II.6 <i>Usability Testing</i> dengan <i>System Usability Scale</i>	II-9
II.7 <i>Usability Testing</i> dengan <i>Task Completion</i>	II-10

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

III.1 Penelitian Awal	III-1
III.2 Identifikasi Kebutuhan <i>Customer</i>	III-4
III.3 Perancangan Konsep Awal Prototipe <i>Customer</i> dengan menggunakan <i>Design Workshop</i>	III-12

III.4 Finalisasi Konsep dan Pembuatan Prototipe Akhir Aplikasi Penunjang Perencanaan Pernikahan bagi <i>Customer</i>	III-29
III.5 Evaluasi Prototipe <i>Customer</i>	III-38
III.6 Perbaiki Prototipe <i>Customer</i> Berdasarkan Hasil Evaluasi.....	III-49
III.7 Identifikasi Kebutuhan <i>Vendor</i>	III-50
III.8 Perancangan Konsep Awal Prototipe <i>Vendor</i> dengan menggunakan <i>Design Workshop</i>	III-58
III.9 Finalisasi Konsep dan Pembuatan Prototipe Akhir Aplikasi Penunjang Perencanaan Pernikahan bagi <i>Vendor</i>	III-70
III.10 Evaluasi Prototipe <i>Vendor</i>	III-75
III.11 Perbaiki Prototipe <i>Vendor</i> Berdasarkan Hasil Evaluasi.....	III-85

BAB IV ANALISIS

IV.1 Analisis Penelitian Awal	IV-1
IV.2 Analisis Pengumpulan Data	IV-3
IV.3 Analisis Perancangan Konsep Awal dengan Menggunakan <i>Workshop Design</i>	IV-4
IV.4 Analisis Finalisasi Konsep dan Pembuatan Prototipe Aplikasi Penunjang Perencanaan Pernikahan	IV-5
IV.5 Analisis Evaluasi Prototipe Aplikasi.....	IV-6
IV.6 Analisis Hasil Perbaiki Prototipe Aplikasi	IV-8
IV.7 Analisis Hubungan Aplikasi <i>Customer</i> dan Aplikasi <i>Vendor</i>	IV-9

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran.....	V-3

DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
----------------------------	-------------

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Kelebihan dan Kekurangan <i>Benchmark</i>	I-10
Tabel I.2 Jumlah Penduduk Indonesia Usia 16-40 Tahun	I-12
Tabel I.3 Profil Responden <i>Customer</i>	I-12
Tabel I.4 Hasil Wawancara <i>Customer</i>	I-14
Tabel I.5 Rekapitulasi Interpretasi Masalah <i>Customer</i>	I-17
Tabel I.6 Profil Responden Sebagai <i>Vendor</i>	I-18
Tabel I.7 Hasil Wawancara <i>Vendor</i>	I-19
Tabel I.8 Rekapitulasi Interpretasi Masalah <i>Vendor</i>	I-22
Tabel III.1 Contoh Wawancara Responden sebagai <i>Customer</i>	III-5
Tabel III.2 Contoh Interpretasi Kebutuhan <i>Customer</i>	III-6
Tabel III.3 Interpretasi Kebutuhan <i>Customer</i>	III-7
Tabel III.4 Rekapitulasi Interpretasi Kebutuhan <i>Customer</i>	III-10
Tabel III.5 Perhitungan Nilai Kuesioner <i>Customer</i>	III-11
Tabel III.6 Komentar dan Saran Konsep 1 <i>Customer</i>	III-23
Tabel III.7 Komentar dan Saran Konsep 2 <i>Customer</i>	III-26
Tabel III.8 Komentar dan Saran Konsep 3 <i>Customer</i>	III-26
Tabel III.9 <i>Scoring</i> Responden <i>Customer</i>	III-28
Tabel III.10 Waktu Penyelesaian untuk Prototipe <i>Customer</i>	III-42
Tabel III.11 Faktor Penyesuaian Schumard	III-42
Tabel III.12 Waktu Standar <i>Task Scenario Customer</i>	III-43
Tabel III.13 Waktu Pengerjaan Responden pada Aplikasi <i>Customer</i>	III-43
Tabel III.14 Waktu <i>Error</i> Responden sebagai <i>Customer</i>	III-44
Tabel III.15 Alasan Responden <i>Customer</i> Mengalami <i>Error</i>	III-44
Tabel III.16 Jumlah <i>Error</i> Responden <i>Customer</i>	III-45
Tabel III.17 Persentase <i>Effectiveness</i> Responden <i>Customer</i>	III-46
Tabel III.18 Nilai <i>Efficiency</i> Responden <i>Customer</i>	III-46
Tabel III.19 Hasil SUS Responden <i>Customer</i>	III-47
Tabel III.20 Perhitungan SUS <i>Customer</i>	III-48
Tabel III.21 Komentar dan Saran Prototipe <i>Customer</i>	III-48
Tabel III.22 Contoh Wawancara Responden sebagai <i>Vendor</i>	III-51

Tabel III.23 Contoh Interpretasi Kebutuhan <i>Vendor</i>	III-52
Tabel III.24 Interpretasi Kebutuhan <i>Vendor</i>	III-53
Tabel III.25 Rekapitulasi Interpretasi Kebutuhan <i>Vendor</i>	III-56
Tabel III.26 Perhitungan Nilai Kuesioner <i>Vendor</i>	III-57
Tabel III.27 Komentar dan Saran Konsep 1 <i>Vendor</i>	III-64
Tabel III.28 Komentar dan Saran Konsep 2 <i>Vendor</i>	III-67
Tabel III.29 Komentar dan Saran Konsep 3 <i>Vendor</i>	III-67
Tabel III.30 <i>Scoring</i> Responden <i>Vendor</i>	III-69
Tabel III.31 Waktu Penyelesaian untuk Prototipe <i>Vendor</i>	III-78
Tabel III.32 Waktu Standar <i>Task Scenario Vendor</i>	III-79
Tabel III.33 Waktu Pengerjaan Responden pada Aplikasi <i>Vendor</i>	III-80
Tabel III.34 Waktu <i>Error</i> Respoden sebagai <i>Vendor</i>	III-80
Tabel III.35 Alasan Responden <i>Vendor</i> Mengalami <i>Error</i>	III-81
Tabel III.36 Jumlah <i>Error</i> Responden <i>Vendor</i>	III-81
Tabel III.37 Persentase <i>Effectiveness</i> Responden <i>Vendor</i>	III-82
Tabel III.38 Nilai <i>Efficiency</i> Responden <i>Vendor</i>	III-83
Tabel III.39 Hasil SUS Responden <i>Vendor</i>	III-83
Tabel III.40 Perhitungan SUS <i>Vendor</i>	III-84
Tabel III.41 Komentar dan Saran Prototipe <i>Vendor</i>	III-85

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Homepage Mobile Apps Weddingku</i>	I-4
Gambar I.2 <i>Login Page Mobile Apps Weddingku</i>	I-5
Gambar I.3 <i>Mobile Apps Bridestory</i>	I-6
Gambar I.4 <i>Mobile AppsBridestory Pro</i>	I-7
Gambar I.5 Contoh <i>Checklist</i> Persiapan Pernikahan	I-8
Gambar I.6 Contoh Manajemen <i>Budget</i> dan <i>Daftar</i> Tamu	I-9
Gambar I.7 Penduduk Indonesia Tahun 2016.....	I-11
Gambar I.8 MetodologiPenelitian.....	I-27
Gambar II.1 Teknik <i>Paticipatory Design</i>	II-4
Gambar III.1 Pertambahan Kebutuhan <i>Customer</i> Berdasarkan Hasil Wawancara	III-10
Gambar III.2 <i>Persona Customer</i>	III-13
Gambar III.3 <i>Storyboard</i> Skenario	III-14
Gambar III.4 Dokumentasi <i>Workshop Customer</i>	III-19
Gambar III.5 Konsep 1 “ <i>Something Blue</i> ” <i>Customer</i>	III-20
Gambar III.6 Konsep 2 “ <i>Pastel in Love</i> ” <i>Customer</i>	III-21
Gambar III.7 Konsep 3 “ <i>Sparkle in Dark</i> ” <i>Customer</i>	III-22
Gambar III.8 Presentasi Konsep 1 <i>Customer</i>	III-24
Gambar III.9 Presentasi Konsep 2 <i>Customer</i>	III-25
Gambar III.10 Presentasi Konsep 3 <i>Customer</i>	III-27
Gambar III.11 <i>Splash Screend</i> dan <i>Introduction Page</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-30
Gambar III.12 <i>Logi</i> dan <i>Sign Up</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-31
Gambar III.13 <i>Home Page</i> dan <i>Profile User</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-32
Gambar III.14 Kategori <i>Vendor</i> , <i>Filtering</i> dan <i>Search</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-32
Gambar III.15 Tampilan <i>Vendor</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-33
Gambar III.16 <i>Wedding Planner Assistant Virtual</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-34
Gambar III.17 Pendaftaran <i>Planner</i> dan <i>Planner</i> Aplikasi <i>Customer</i>	III-34
Gambar III.18 “ <i>My Vendor</i> ” Aplikasi <i>Customer</i>	III-35
Gambar III.19 “ <i>My Schedule</i> ” Aplikasi <i>Customer</i>	III-36
Gambar III.20 “ <i>My Guestbook</i> ” Aplikasi <i>Customer</i>	III-37

Gambar III.21 “ <i>My Budget</i> ” Aplikasi <i>Customer</i>	III-37
Gambar III.22 “ <i>Mood Board</i> ” Aplikasi Pengguna	III-38
Gambar III.23 <i>Learning Curve</i> Prototipe <i>Customer</i>	III-41
Gambar III.24 Hasil Revisi Bagian <i>WishlistCustomer</i>	III-49
Gambar III.25 Pertambahan Kebutuhan <i>Vendor</i> Berdasarkan Hasil Wawancara.....	III-55
Gambar III.26 Persona <i>Vendor 1</i>	III-58
Gambar III.27 Persona <i>Vendor 2</i>	III-59
Gambar III.28 Dokumentasi Workshop <i>Vendor</i>	III-60
Gambar III.29 Konsep 1 “ <i>Business in Green Light</i> ” <i>Vendor</i>	III-61
Gambar III.30 Konsep 2 “ <i>We Make Your Moment Come True</i> ” <i>Vendor</i>	III-62
Gambar III.31 Konsep 3 “ <i>Your Moment Our Memory</i> ” <i>Vendor</i>	III-63
Gambar III.32 Presentasi Konsep 1 <i>Vendor</i>	III-65
Gambar III.33 Presentasi Konsep 2 <i>Vendor</i>	III-66
Gambar III.34 Presentasi Konsep 3 <i>Vendor</i>	III-68
Gambar III.35 <i>Splash Screen</i> dan <i>Introduction Page</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-71
Gambar III.36 <i>Login Page</i> dan <i>Sign Up</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-72
Gambar III.37 <i>Home Page</i> dan <i>Account</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-72
Gambar III.38 Halaman <i>Transaksi</i> dan <i>Reservasi</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-73
Gambar III.39 <i>Gallery</i> dan <i>Upload Foto</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-74
Gambar III.40 <i>Inbox</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-74
Gambar III.41 Pemasangan <i>Iklan</i> Aplikasi <i>Vendor</i>	III-75
Gambar III.42 <i>Learning Curve</i> Prototipe <i>Vendor</i>	III-78
Gambar III.43 Hasil Revisi Bagian <i>GalleryVendor</i>	III-85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A – Wawancara Penelitian Awal *Customer*
- Lampiran B – Wawancara Penelitian Awal *Vendor*
- Lampiran C – Wawancara Identifikasi Kebutuhan *Customer*
- Lampiran D – Hasil Intrepertasi Kebutuhan *Customer*
- Lampiran E – Skenario
- Lampiran F – Konsep *Design Workshop* Prototipe *Customer*
- Lampiran G – Presentasi Konsep Prototipe *Customer*
- Lampiran H – Prototipe Final *Customer*
- Lampiran I – Wawancara Identifikasi Kebutuhan *Vendor*
- Lampiran J – Hasil Intrepertasi Kebutuhan *Vendor*
- Lampiran K – Konsep *Design Workshop* Prototipe *Vendor*
- Lampiran L – Presentasi Konsep Prototipe *Vendor*
- Lampiran M – Prototipe Final *Vendor*

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai pendahuluan dari permasalahan yang terbagi menjadi tujuh subbab. Subbab yang dibahas adalah latar belakang yang berisikan tentang pernikahan dan masalah yang sering dihadapi, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan dilakukan penelitian, manfaat dari penelitian, dan metodologi penelitian yang digunakan serta sistematika penulisan seputar penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan dengan metode desain partisipatif.

I.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan suatu perjanjian untuk mengikat diri antara seorang laki-laki dan perempuan. Di Indonesia terdapat undang-undang, tepatnya UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan, yang mengatur pernikahan yang sah baik secara agama maupun secara negara. Namun seiring perkembangan waktu setiap pasangan menginginkan pernikahan yang tidak terlupakan. Setiap pasangan yang akan menikah merencanakan pernikahan dengan sangat teliti guna mencapai pernikahan impian yang diinginkan. Pernikahan juga dapat dinilai sebagai tolak ukur keberadaan ekonomi seseorang. Tidak heran apabila banyak pasangan yang rela mengeluarkan uang hingga miliaran rupiah demi mendapatkan pernikahan impian yang diinginkan.

Oleh karena itu, dilakukan penelitian awal berupa wawancara dari setiap pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan. Permasalahan yang dialami oleh pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan antara lain terjadinya perencanaan yang tidak sesuai keinginan, manajemen biaya yang harus dilakukan karena sering terjadinya *overbudget*, pengaturan jumlah tamu yang diundang dan kontak yang tidak jelas serta tidak terorganisir dengan baik, hingga banyaknya *vendor* yang menawarkan jasa palsu. Perencanaan pernikahan bukanlah hal yang mudah, salah satu solusi akhir bagi pasangan yang merasa kerepotan dengan persiapan pernikahan adalah pasangan tersebut dapat menyewa jasa *wedding planner* yang mengakibatkan adanya biaya yang harus dikeluarkan lagi.

Selain pasangan dan keluarga terdapat pihak lain yang juga terlibat dalam persiapan pernikahan. Pihak kedua tersebut adalah *vendor* penyedia jasa pernikahan. Dilansir dari *website* forum pernikahan, terdapat 15.000 lebih *vendor* yang menyediakan jasa pernikahan (Wijaya, 2014). Jasa-jasa pernikahan ini antara lain *Wedding Organizer*, *Rental Venue*, *Bridal*, dan sebagainya. Dalam satu kategori jasa terdapat kurang lebih 1000 *vendor* dari seluruh Indonesia yang dapat melayani pasangan yang akan menikah. Dengan munculnya banyak pilihan yang dihadapi oleh pasangan yang akan menikah, maka nilai dari *bargaining power of customer* pun akan meningkat. Selain itu, permasalahan umum yang kerap dihadapi oleh *vendor* antara lain persaingan harga, kurangnya rasa percaya dari calon *customer* karena produk yang ditawarkan terbatas, hingga permasalahan yang menyangkut *marketing* seperti tidak mendapatkan *customer* karena tidak dikenal atau kurangnya usaha untuk melakukan *marketing* karena biaya yang harus dikeluarkan.

Jumlah pasangan yang melakukan persiapan pernikahan di Indonesia dilansir dari *website* forum pernikahan di Indonesia yaitu Bridestory, mencapai angka 4000 pasangan dalam satu tahun (Bridestory, 2016). Jumlah pernikahan ini merupakan pernikahan yang dilayani oleh forum pernikahan Bridestory saja, tidak termasuk di dalamnya pasangan yang menikah tanpa menggunakan bantuan forum pernikahan Bridestory. Menurut undang-undang yang berlaku di Indonesia, tepatnya Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974, usia minimum untuk seorang laki-laki untuk menikah adalah umur 19 tahun untuk laki-laki dan 16 tahun untuk perempuan.

Waktu persiapan pernikahan dapat bervariasi bergantung dengan kebutuhan dari masing-masing pasangan. Terdapat pasangan yang mempersiapkan pernikahan kurang dari 3 bulan hingga lebih dari 1 tahun. Saat ini terdapat forum yang menyediakan informasi mengenai pernikahan baik dengan artikel dan kontak yang dapat digunakan untuk menghubungi *vendor* yang menyediakan jasa pernikahan. Namun, pada forum ini tidak terdapat daftar harga yang diberikan oleh *vendor* yang bersangkutan dan *customer* tidak dapat merencanakan pernikahan di dalamnya hal ini disebabkan karena tidak adanya *checklist* dan fitur *planner* yang dapat dilengkapi dan digunakan untuk membantu perencanaan pernikahan.

Seiring perkembangan teknologi pada telepon genggam, kemunculan aplikasi-aplikasi berbasis Android dan iOS semakin banyak. Menurut data yang dilansir dari *website* Detiknet (Tan, 2017), menyatakan bahwa pada tahun 2018 merupakan usia satu dekade dari bisnis toko *online*. Hingga Oktober 2017, *App Store* mencatat sebanyak kurang lebih 2 juta aplikasi berada didalamnya, sementara *Google Play* mencatat terdapat kurang lebih 3,5 juta aplikasi yang berada didalamnya.

Rata-rata usia pasangan yang menikah berada pada umur 16 hingga 40 tahun dimana usia tersebut merupakan mayoritas usia yang menggunakan telepon genggam, dengan setidaknya terdapat 30 hingga 50 aplikasi yang pernah *install* pada telepon genggam. Aplikasi kini memegang peran kunci disetiap industri dari retail hingga industri media dan hiburan. Perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan ini diharapkan dapat senantiasa membantu para pengguna dalam merencanakan pernikahan dengan lebih mudah dan tanpa adanya kekhawatiran akan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan dengan metode desain partisipatif agar dapat dikenal oleh masyarakat, untuk dapat mempermudah persiapan pernikahan bagi pasangan yang akan menikah dan sebagai *marketplace* dan media *marketing* yang mudah diakses oleh *customer* yang tepat bagi *vendor-vendor* penyedia jasa pernikahan.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

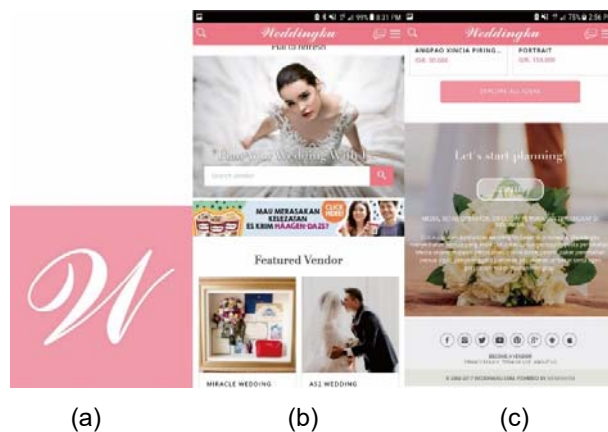
Di abad ke-21 segala informasi dapat dengan mudah diperoleh dengan bantuan mesin pencari. Termasuk informasi mengenai penyedia jasa pernikahan dapat diperoleh dengan mudah juga. Pada hal ini dilakukan penelusuran terhadap forum pernikahan yang menjadi pihak ketiga. Pihak ketiga yang dimaksud adalah forum pernikahan ini mempertemukan pasangan yang akan menikah atau disebut sebagai *customer* dengan pihak kedua atau pihak penyedia jasa pernikahan yang kemudian disebut sebagai *vendor*. Terdapat forum-forum yang dapat digunakan bagi para pasangan dalam persiapan pernikahan antara lain Weddingku dan Bridestory yang merupakan forum yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat di Indonesia.

Prestasi dari forum-forum ini cukup dikenal oleh masyarakat dengan adanya pameran pernikahan atau *wedding expo* yang dilakukan setiap 3 bulan

sekali. Kedua forum ini saling bersaing dalam bidang usaha yang sama. Namun kedua forum ini memiliki ciri khas masing-masing dalam menjalankan bidang usahanya. Pada forum Weddingku lebih mengarah pada aplikasi yang menyediakan jasa *Wedding Organizer* sebagai proses bisnisnya, sedangkan pada forum Bridestory terfokus pada aplikasi yang menyediakan informasi tentang pernikahan, termasuk di dalamnya terdapat kontak dari macam-macam *vendor* dan info seputar pernikahan.

Pada forum Weddingku sudah dilengkapi dengan *website* dan aplikasi yang dapat diinstal pada telepon genggam. Aplikasi dibagi menjadi dua bagian besar sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud adalah apakah pengguna menjadi bagian dalam forum tersebut sebagai penjual atau pembeli. Penjual atau pihak penyedia jasa pernikahan yang kemudian disebut dengan *vendor* memiliki akses yang berbeda dengan pembeli yang kemudian disebut dengan *customer*. Pendaftaran untuk menjadi *vendor* dilakukan melalui *website* forum pernikahan Weddingku.

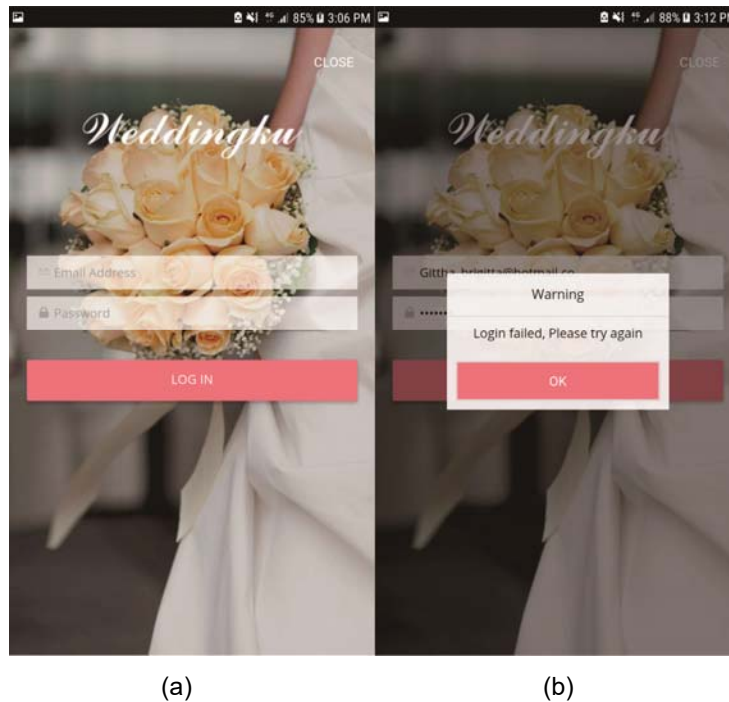
Aplikasi Weddingku saat ini telah tersedia di Google Play dan Apps Store. Aplikasi ini dapat dioperasikan secara maksimal baik pada Android dan iPhone khususnya untuk *customer*, lain halnya apabila digunakan oleh pihak *vendor*. Pihak *vendor* hanya dapat menggunakan *website* dalam proses pengoperasian aplikasi tersebut. Penggunaan aplikasi harus disertai dengan adanya proses *sign in*, namun pada periode waktu tertentu aplikasi akan kembali meminta proses *sign in* lagi.



Gambar I.1 *Homepage Mobile Apps Weddingku*

(a) Logo *Mobile Apps Weddingku*, (b) *Homepage Aplikasi Weddingku*, (c) *Register Page*

Pada Gambar I.1 terdapat hasil *screenshot* dari *mobile apps* Weddingku untuk *customer*, yang terdiri dari tiga bagian yaitu (a) logo *mobile apps* Weddingku, (b) *homepage* aplikasi Weddingku, (c) *register page*. Hingga tahun 2017 terdapat 20.000 lebih *vendor* yang tergabung dalam forum pernikahan Weddingku. Forum Weddingku merupakan forum pertama yang muncul pada tahun 2002. Kesulitan yang dialami oleh *customer* Weddingku adalah pada saat akses tidak dapat *login* dengan menggunakan Facebook maupun akun Google, sehingga satu-satunya cara bagi pengguna baru adalah menggunakan cara manual yaitu melalui cara *sign up* dimana proses ini tidak jarang mengalami kegagalan pada saat *login*. Pada Gambar I.2 merupakan hasil *screenshot* pada (a) *login page mobile apps* Weddingku dan (b) kegagalan saat melakukan *login*.



Gambar I.2 Login Page Mobile Apps Weddingku

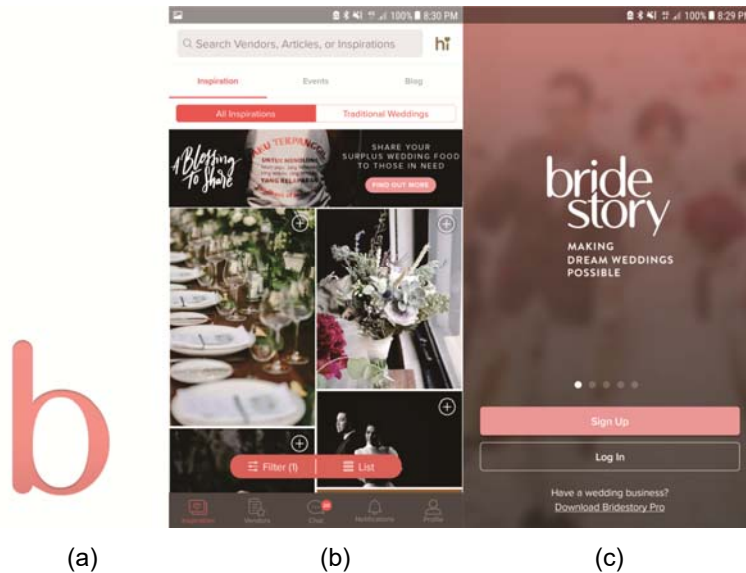
(a) Login Page Mobile Apps Weddingku, (b) Kegagalan Saat Melakukan Login

Selain sebagai forum, Weddingku menyediakan jasa *Wedding Organizer* yang menjadi ciri khas bagi forum Weddingku. Jasa *Wedding Organizer* dapat digunakan oleh *customer* namun ada harga yang harus dibayar apabila *customer* menggunakan jasa ini. Dengan banyaknya *vendor* yang memang menyediakan jasa *Wedding Organizer*, jasa yang dimiliki oleh forum Weddingku agaknya kurang

diminati oleh *customer* karena harga yang ditawarkan tergolong cukup mahal dan komunikasi yang dilakukan hanya terbatas pada kota-kota besar saja dimana kantor Weddingku berada.

Aplikasi Weddingku hanya diperuntukkan bagi *customer* saja sedangkan untuk *vendor* tidak disediakan satu aplikasi khusus. Untuk dapat melakukan kegiatan bisnisnya *vendor* menggunakan akses khusus melalui *website*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap responden yang berprofesi sebagai penyedia jasa pernikahan, hal ini kerap menyusahkan karena dinilai tidak praktis dan kurang *mobile*.

Selain forum Weddingku, terdapat juga forum pernikahan lain yang dikenal dengan nama Bridestory. Forum Weddingku merupakan forum pertama yang berdiri di Indonesia, namun tingkat popularitas dari Weddingku berada dibawah tingkat popularitas Bridestory. Bridestory hanya berfokus pada penggunaan forum sebagai penyedia informasi saja. Sama dengan forum Weddingku, bentuk dari forum Bridestory adalah *website* dan aplikasi. Aplikasi Bridestory juga terbagi menjadi dua bagian yaitu untuk *vendor* dan *customer*. Pada Gambar 1.3 terdapat gambar hasil *screenshot* dari *mobile apps* Bridestory untuk *customer* yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu (a) logo *mobile apps* Bridestory, (b) *homepage mobile apps* Bridestory, dan (c) *register page* Bridestory.



Gambar 1.3 *Mobile Apps* Bridestory

(a) Logo *Mobile Apps* Bridestory, (b) *Homepage Mobile Apps* Bridestory, (c) *Register Page* Bridestory

Bagi *vendor*, Bridestory menyediakan satu aplikasi khusus yang kemudian disebut dengan Bridestory Pro. Dari responden yang diwawancarai pada penelitian awal, tiga responden mengatakan bahwa pernah mengetahui adanya aplikasi tersebut namun tidak ingin menggunakannya karena berbayar. Aplikasi ini banyak digunakan oleh *vendor-vendor* yang sudah terkenal dan memiliki *rating* harga menengah keatas. Pada Gambar 1.4 terdapat hasil *screenshot* aplikasi Bridestory Pro yang diambil dari Google Play yang terbagi menjadi empat bagian yaitu (a) logo aplikasi, (b) fitur untuk *chatting* dengan *customer*, (c) pembayaran yang harus dilakukan (*subscription plan*), (d) tampilan profil *user* sebagai *vendor*.



(a) (b) (c) (d)

Gambar 1.4 *Mobile Apps* Bridestory Pro

(a) Logo Aplikasi, (b) Fitur *Chatting* dengan *Customer*, (c) *Subscription Plan*, (d) Tampilan Profil *Vendor*

Bridestory memiliki akses *login* yang lebih mudah karena dapat diakses dengan menggunakan Facebook maupun akun Google. Berbeda dengan Weddingku, Bridestory tidak memiliki fitur *Wedding Organizer*. Bridestory hanya memiliki akses yang digunakan untuk mempermudah dalam mencari harga yang lebih murah daripada yang ditawarkan.

Banyaknya persiapan pernikahan yang harus dilakukan kerap membuat para pasangan yang akan menikah menjadi tertekan. Perencanaan pernikahan telah terbukti memakan waktu yang sangat panjang dan melelahkan, hal ini membuat banyaknya hal kecil yang terlewat dikarenakan tidak terdapatnya sebuah *checklist* yang dapat mempermudah proses perencanaan pernikahan. Pada

Gambar I.5 terdapat contoh *Checklist* yang dapat digunakan untuk mempermudah persiapan pernikahan tanpa bantuan dari jasa *Wedding Planner*.



Gambar I.5 Contoh *Checklist* Persiapan Pernikahan

Sumber: www.pinterest.com

Seperti yang terlihat pada Gambar I.5, *checklist* tersebut dapat digunakan untuk mempermudah perencanaan pernikahan hingga mendetail. Pernikahan juga tidak luput dari pesta yang diadakan, dimana pesta tersebut berhubungan

langsung dengan tamu dan juga pada akhirnya akan mempengaruhi *budget* yang dimiliki. Perencanaan yang matang harus memperhatikan *budget*. Seluruh pengeluaran yang terjadi harus diperhitungkan karena tidak jarang *customer* yang merencanakan pernikahan mengalami *overbudget* karena tidak adanya kalkulasi yang jelas. Oleh karena itu diperlukan suatu media yang digunakan untuk mengatur *budget* yang dimiliki oleh pasangan yang akan menikah.

Masalah lain yang dihadapi adalah daftar tamu yang akan diundang tidak terorganisir dengan baik. Maka dari itu akan lebih mempermudah bagi pasangan yang akan menikah apabila dalam menentukan daftar tamu dapat dilakukan disatu media. Hal ini bertujuan agar daftar tamu tidak tercampur dengan daftar-daftar lain seperti daftar *vendor*, daftar acara dan sebagainya. Pasangan yang akan menikah akan lebih mudah menambahkan tamu yang akan diundang pada satu media yang khusus merekapitulasi data tamu, untuk menghindari adanya kekurangan maupun kesalahan data yang dibutuhkan. Pada Gambar I.6 merupakan salah satu contoh pengaturan *budget* (a) dan daftar tamu (b) yang dapat digunakan.



(a)

(b)

Gambar I.6 Contoh (a) Manajemen *Budget* dan (b) Daftar Tamu

Sumber: www.pinterest.com

Berdasarkan penggunaan dari kedua *mobile apps* tersebut terdapat kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh masing masing aplikasi. Beberapa

contoh kekurangan dan kelebihan yang dimiliki dapat dilihat pada Tabel I.1. Pendapat adanya kelebihan dan kekurangan dari kedua aplikasi ini diperoleh berdasarkan wawancara dan adanya *review* yang terdapat pada Google Play.

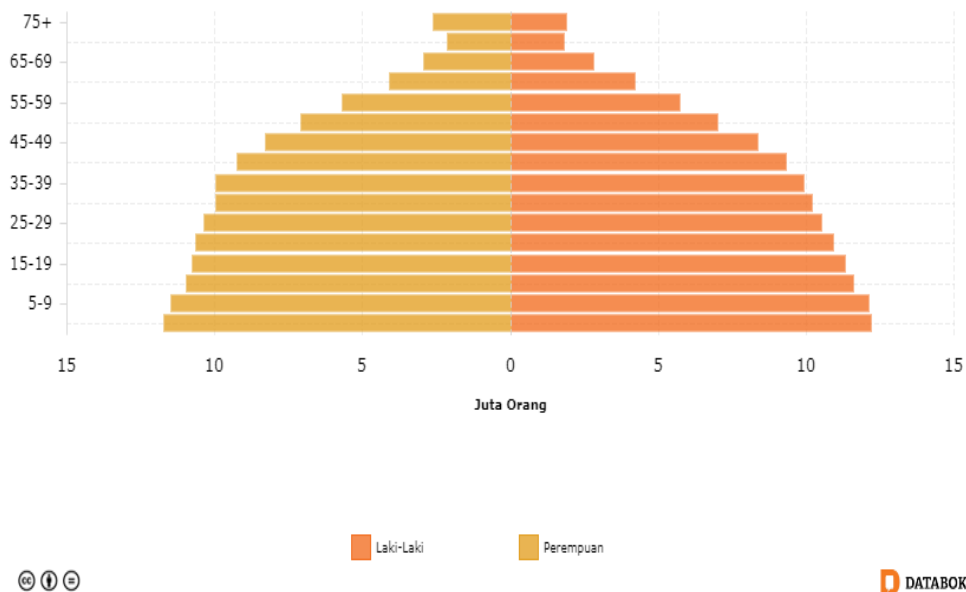
Tabel I.1 Kelebihan dan Kekurangan *Benchmark*

	Bridestory	Weddingku
Kelebihan	Penggunaan aplikasi lebih mudah dan nyaman	Terdapat jasa <i>wedding organizer</i>
	Terdapat fitur untuk <i>chatting</i> secara langsung dengan <i>vendor</i> maupun <i>customer</i>	<i>Account</i> yang digunakan oleh <i>vendor</i> dapat dioperasikan secara gratis
	<i>Vendor</i> lebih banyak	Kontak yang akurat
	Desain <i>interface</i> yang dimiliki lebih baik	
	Tingkat popularitas lebih tinggi	
	Lebih mudah pada saat melakukan <i>login</i> karena terhubung dengan akun Google dan Facebook	
	Proses <i>filtering</i> lebih mudah	
Kekurangan	Desain yang diangkat lebih mengarah ke kalangan menengah keatas	Kesulitan dalam melakukan <i>login</i> karena tidak terhubung dengan akun Google atau Facebook
	Akun berbayar untuk <i>vendor</i> yang ingin mengakses	Beberapa fitur dirasa kurang sensitif (harus ditekan berulang kali)
	Tidak terdapat fitur <i>planner</i>	Tidak terdapat fitur <i>planner</i>
	Apabila <i>mobile apps</i> baru dibuka, proses loading cukup lama hingga 15 detik	Pemberian nama pada kategori <i>vendor</i> sulit untuk dimengerti
	Terdapat lebih dari satu fitur chat sehingga kerap membingungkan	Tidak terdapat galeri yang digunakan untuk menyimpan <i>vendor</i> atau inspirasi
	Tidak terdapat <i>pricelist</i>	Tidak terdapat <i>pricelist</i>
	Proses <i>filtering</i> sulit	

Jumlah pernikahan di suatu wilayah akan dipengaruhi oleh jumlah penduduk yang ada di wilayah tersebut. Jumlah pernikahan di Kota Bandung setiap tahunnya kurang lebih terdapat 2000 kali pernikahan dalam kurun waktu satu tahun. Data pernikahan tidak diperkenankan ditampilkan oleh KUA dan Pencatatan Sipil dikarenakan merupakan rahasia negara. Berdasarkan

wawancara yang dilakukan dengan Ibu Emy yang merupakan staff di Kantor Pusat Pencatatan Sipil Kota Bandung mengatakan bahwa setidaknya terdapat kurang lebih 15 pernikahan setiap bulan, sedangkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hendra yang merupakan staff di KUA Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung mengatakan bahwa setidaknya terdapat 8 hingga 12 kali pernikahan setiap bulan, dimana Kota Bandung memiliki total 30 kecamatan.

Pada Gambar I.7 terdapat data penduduk Indonesia pada tahun 2016 yang dibagi berdasarkan *range* usia. Usia yang dipilih sebagai target pasar adalah usia 16 untuk perempuan dan 19 untuk laki-laki hingga 35 tahun untuk perempuan dan 40 tahun untuk laki-laki. Penentuan batas bawah usia pernikahan mengikuti dari peraturan dari perundang-undangan tahun 1974. Penentuan batas atas usia pernikahan adalah dengan alasan bahwa usia maksimal 35 tahun diambil berdasarkan pertimbangan akan kesehatan dari organ reproduksi wanita yang mulai memasuki fase regeneratif. Sedangkan untuk pria, usia maksimal untuk menikah adalah 39 hingga 40 tahun (Quamila dan Savitri, 2017).



Gambar I.7 Penduduk Indonesia Tahun 2016

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Untuk memperjelas data yang terdapat pada Gambar I.7 maka ditampilkan dalam Tabel I.2. Dengan jumlah penduduk pada tahun 2016 sebesar 258.705.000 jiwa, jumlah penduduk yang terdiri dari laki-laki dan perempuan kemudian dijumlahkan, dengan menggunakan data jumlah penduduk pada tahun 2016, maka dapat dilihat jumlah proporsi dari usia 16 hingga 40.

Tabel I.2 Jumlah Penduduk Indonesia Usia 16-40 Tahun

Rentang Tahun	Jumlah Perempuan	Jumlah Laki-Laki	Jumlah (Jiwa)
16-19	8.100.000	2.825.000	10.925.000
20-24	10.660.000	10.900.000	21.560.000
25-29	10.390.000	10.500.000	20.890.000
30-34	10.000.000	10.200.000	20.200.000
35-40	2.500.000	12.400.000	14.900.000
Total			88.475.000

$$\frac{88.475.000}{258.705.000} \times 100\% = 34.19\%$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka terdapat 34.2% dari jumlah penduduk di Indonesia yang berusia antara 16 hingga 40 tahun. Selanjutnya untuk memperkuat identifikasi permasalahan maka dilakukan wawancara dengan 16 responden. Responden terdiri dari 8 responden penyedia jasa yang kemudian disebut dengan *vendor* pernikahan dan 8 responden lainnya adalah pasangan yang sedang melakukan persiapan pernikahan yang kemudian disebut dengan *customer*. Hasil dari wawancara terhadap responden sebagai *customer* terlampir pada Lampiran A, berikut pada Tabel I.3 ditampilkan profil responden sebagai *customer*.

Tabel I.3 Profil Responden *Customer*

Jenis Responden	Usia	Lama perencanaan
<i>Customer 1</i>	23 Tahun	6 Bulan
<i>Customer 2</i>	24 Tahun	6 Bulan
<i>Customer 3</i>	26 Tahun	3 Bulan
<i>Customer 4</i>	22 Tahun	3 Bulan
<i>Customer 5</i>	22 Tahun	4 Bulan
<i>Customer 6</i>	23 Tahun	4 Bulan
<i>Customer 7</i>	28 Tahun	1 Bulan
<i>Customer 8</i>	25 Tahun	1 Bulan

Wawancara terhadap *customer* dilakukan secara berpasang-pasang dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Dengan asumsi bahwa satu pasangan memiliki masalah yang sama dalam melakukan perencanaan pernikahan. Wawancara dilakukan kepada responden yang berusia 16 hingga 40 tahun, yang sedang melakukan persiapan pernikahan selama 3 sampai 15 bulan. Tujuan wawancara adalah untuk mencari masalah yang dihadapi oleh pasangan yang akan menikah dalam mempersiapkan pernikahannya. Proses melakukan wawancara adalah bertatap muka secara langsung, jawaban responden dituliskan dalam kolom jawaban dari *list* wawancara dan direkam.

Pertanyaan yang diajukan kepada responden *customer* antara lain:

Bagian 1 : Pertanyaan Penyaring

1. Sudah berapa lama Anda melakukan persiapan pernikahan?

Bagian 2 : Pertanyaan Seputar Masalah Persiapan Pernikahan

2. Berapa banyak waktu yang diluangkan per hari untuk merencanakan pernikahan?
3. Dari mana memperoleh referensi untuk *vendor*?
4. Apakah informasi mengenai *vendor* yang Anda kumpulkan tersimpan dengan baik?
5. Apakah informasi yang diperoleh dari internet akurat?
6. Apakah Anda pernah menggunakan forum penyedia jasa pernikahan?
7. Apakah dengan menggunakan forum penyedia jasa pernikahan Anda merasa dimudahkan dalam merencanakan pernikahan Anda?
8. Bagaimana *vendor* memberikan penawaran dari produknya?
9. Apakah Anda merasa tidak puas oleh *vendor* karena hasil tidak sesuai ekspektasi Anda?
10. Apakah Anda menggunakan jasa *wedding planner* atau merencanakan pernikahan sendiri?
11. Apakah Anda pernah secara tidak sadar *overbudget* dalam mempersiapkan pernikahan Anda?
12. Menurut Anda apakah yang paling sulit dalam merencanakan pernikahan?
13. Apa yang sering menghambat Anda dalam merencanakan pernikahan?
14. Menurut Anda apakah kelebihan dari jasa *wedding planner*?
15. Menurut Anda apa kelemahan dari *wedding planner*?

16. Siapakah yang lebih mendominasi dalam perencanaan pernikahan?
Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden maka dapat disusun tabel berisikan interpretasi kebutuhan yang disampaikan oleh *customer* dan *vendor*. Pada Tabel I.4 ditampilkan interpretasi masalah dari hasil wawancara yang telah dilakukan.

Tabel I.4 Hasil Wawancara *Customer*

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
1	Tapi pas mau ditunjukkan ke pasangan saya fotonya, <i>ga bisa disimpen</i> gitu kaya <i>pinterest</i> kan biar gampang misal mau nunjukkin <i>tuh</i> bisa sekalian. Jadi saya harus screenshot manual dan itu <i>wasting time</i> banget	Aplikasi tidak memiliki media untuk menyimpan inspirasi foto	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan
2	Gak tau misalkan nambah lagi untuk kontak dari <i>vendor</i> , mungkin saya butuh catatan lebih daripada yang saya punya saat ini	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan untuk kontak dari <i>vendor</i>	
3	saya tidak suka menulis di buku atau catatan, saya orangnya suka lupa dan tidak <i>apik</i> dengan barang sehingga mudah hilang	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan	
4	Namun ada kalanya yang menurut saya foto ini bagus namun karena sudah terlalu banyak jadi saya lupa mencatat kontak <i>vendomya</i> , sehingga hilang begitu saja	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan	
5	Menurut saya media penyimpanan pada aplikasi sudah baik tapi kurang terorganisir.	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan yang terorganisir	
6	apabila menggunakan screenshot pasti campur-campur sama foto pribadi gitu	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan	
7	namun tercampur menjadi satu tidak terorganisir dalam <i>folder-folder</i> yang memiliki kategori masing-masing	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan yang terorganisir	
1	bagus kok websitenya tapi saya kurang tertarik karena kelihatannya mahal-mahal, gatau <i>sih</i> menurut saya saja karena <i>ga ada pricelist-nya</i>	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>
2	di forum walaupun ada kontak yang jelas tapi harga tidak dicantumkan sehingga saya ragu apabila saya langsung menghubungi takutnya dikasih harga mahal	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>	
3	Untuk mencari kontak iya memang lebih mudah sih, tapi mencari <i>pricelist-nya</i> agak susah	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>	
4	Tapi setelah menggunakan <i>website-website</i> tersebut saya tidak memperoleh informasi harga dari <i>situ</i>	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>	
5	Kalau saya biasanya minta <i>pricelist-nya</i> karena kebanyakan di berbagai referensi <i>ga</i> dicantumin harga	Aplikasi tidak menampilkan <i>Pricelist</i> dari <i>vendor</i>	

(lanjut)

Tabel I.4 Hasil Wawancara *Customer* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
1	<i>Pengennya</i> ada panduannya apa yang harus saya lakukan selanjutnya, biar lebih terorganisir juga	Aplikasi tidak memiliki panduan untuk merencanakan pernikahan	Aplikasi tidak memiliki panduan untuk merencanakan pernikahan
2	Saya butuh sebuah panduan misalkan seperti cerita dari teman saya yang pernah menikah, pengalaman dia kadang suka saya <i>jadiin</i> panduan dalam persiapan pernikahan ini	Aplikasi tidak memiliki panduan untuk merencanakan pernikahan	
1	mahal kalau pakai <i>wedding planner</i> dan belum tentu cocok juga	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis
2	Mahal <i>banget</i> apabila menggunakan <i>wedding planner</i> terus <i>vendor</i> yang dikasih juga mahal <i>banget</i>	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis	
3	Pakai jasa <i>wedding planner</i> itu mahal bisa membuat <i>overbudget</i> . Kalau ada yang gratis pasti sangat membantu.	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis	
4	Mahal dan pilihan <i>vendor</i> yang diberikan terkadang tidak sesuai apalagi apabila minta potongan harga maka diberikan <i>vendor</i> yang murah juga.	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis	
1	Mungkin kalau merencanakan sendiri <i>kan tau</i> batasan-batasan apa yang disukai apa yang engga	Aplikasi tidak memiliki fitur planner yang fleksibel	Aplikasi tidak memiliki fitur planner yang fleksibel
2	tapi untuk acara <i>tuh</i> saya pakai daftar kegiatan yang khusus untuk pernikahan	Aplikasi tidak menyediakan fitur planner untuk pernikahan	
3	Selain itu dari daftar yang saya gunakan juga tidak menutup kemungkinan ada hal yang bisa saya <i>skip</i> atau saya tambahkan	Aplikasi tidak memiliki fitur planner yang fleksibel	
4	Tapi kan saya pakai daftar itu jadi lebih gampang dan <i>ga</i> harus terikat juga	Aplikasi tidak memiliki fitur planner yang fleksibel	
1	Saya biasanya minta <i>pricelist</i> lewat WA dikirimkan langsung, beberapa ada yang langsung kirim tapi yang lain <i>malah</i> lempar-lempar saya ke bagian <i>marketing lah</i> , penjualan <i>lah</i> , saya <i>malah ga</i> dapet informasi, yang ada <i>malah dapet</i> kontak banyak banget. <i>Malah jadi spam</i> .	Aplikasi tidak memiliki kontak <i>vendor</i> yang jelas	Aplikasi tidak memiliki kontak <i>vendor</i> yang jelas
2	Namun kelemahannya tidak memiliki kontak yang dapat langsung dihubungi	Aplikasi tidak memiliki kontak <i>vendor</i> yang jelas	

(lanjut)

Tabel I.4 Hasil Wawancara *Customer* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
1	Apabila waktu itu tidak <i>review</i> lagi maka ada beberapa hal yang bisa-bisa tidak terbeli karena kekurangan <i>budget</i>	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>
2	Berulangkali <i>overbudget</i> apalagi saat mendekati hari H."	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>	
3	Sering <i>overbudget</i> karena tidak menentukan batas <i>budget</i> . Pada saat melakukan perhitungan kasar ternyata mahal sekali	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>	
4	Pernah sekali dua kali waktu itu. Karena tidak menetapkan batas <i>budget</i> .	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>	
1	Menentukan daftar tamu. Sering <i>nambah</i> tanpa disadari.	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring daftar tamu	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring daftar tamu
2	Kalau untuk <i>overbudget</i> biasa terjadi saat pertambahan tamu yang diundang karena hanya berdasarkan ingatan <i>aja</i> sejauh ini suka lupa siapa <i>aja</i> yang <i>udah</i> diundang dan siapa <i>aja</i> yang belum	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring daftar tamu	
3	Cuma <i>nyatet</i> di selembur kertas <i>aja</i> , makanya dalam seminggu <i>tuh</i> pasti nambah terus jumlah tamunya dan selalu lupa buat hitung <i>udah</i> berapa siapa <i>aja</i> tamunya juga <i>ga</i> dicatat	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring daftar tamu	
1	Karena lokasi pernikahan saya tidak di Bandung sedangkan saya bekerja di Bandung jadi kan <i>ga</i> bisa terus-terusan mengunjungi wedding <i>plannernya</i> , bisa mengganggu pekerjaan saya	Tidak ada fitur yang membuat perencanaan pernikahan lebih <i>mobile</i>	Aplikasi tidak memiliki fitur untuk merencanakan pernikahan oleh <i>user</i> sendiri
2	karena lokasi pernikahan bukan di kota besar sehingga wedding <i>planner</i> dengan wawasan yang luas masih susah dicari	Jasa wedding <i>planner</i> masih tergolong sedikit	
3	Mencari <i>vendor</i> yang berada di kota diadakannya pernikahan (Jakarta) karena saya bukan orang Jakarta jadi tidak terlalu paham	Tidak ada fitur yang membuat perencanaan pernikahan lebih <i>mobile</i> karena tidak ada fitur <i>planner</i>	
4	walaupun sebenarnya di Ternate banyak <i>vendor</i> yang kasih kita layanan pernikahan tapi mereka <i>ga</i> dikenal baik oleh masyarakatnya sendiri maupun sama yang di luar Ternate."	Jasa wedding <i>planner</i> masih tergolong sedikit	

(lanjut)

Tabel I.4 Hasil Wawancara *Customer* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
5	Sulit untuk mencari yang bisa melayani pernikahan adat, karena ya cuma kita yang tahu adatnya seperti apa	Jasa wedding planner masih tergolong sedikit	
1	Saya lebih nyaman menggunakan <i>mood board</i> , namun <i>sayang</i> saat ini belum bisa bikin <i>moodboard</i> di HP jadi <i>bikin</i> manual dengan menggunakan karton dan potongan ide-ide	Aplikasi tidak memiliki fitur pembuatan <i>mood board</i>	Aplikasi tidak memiliki fitur pembuatan mood board
2	saya <i>malah</i> lebih suka kalau ada aplikasi yang bisa bikin <i>moodboard</i> -nya. Itu semacam mading gitu buat <i>tempel-tempel</i> inspirasi	Aplikasi tidak memiliki fitur pembuatan <i>mood board</i>	

Hasil wawancara dengan *customer* untuk pengidentifikasian masalah terlampir pada Lampiran A. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, terdapat beberapa masalah yang dialami oleh responden sebagai *customer* yang sedang melakukan persiapan pernikahannya. Masalah yang dihadapi oleh responden selanjutnya direkapitulasi dalam Tabel I.5.

Tabel I.5 Rekapitulasi Interpretasi Masalah *Customer*

No	Interpretasi Permasalahan	Jumlah
1	Aplikasi tidak memiliki media penyimpanan	7
2	Aplikasi tidak menampilkan <i>pricelist</i> dari <i>vendor</i>	5
3	Aplikasi tidak memiliki panduan untuk merencanakan pernikahan	2
4	Aplikasi tidak menyediakan sarana persiapan pernikahan secara gratis	4
5	Aplikasi tidak memiliki fitur planner yang fleksibel	4
6	Aplikasi tidak memiliki kontak <i>vendor</i> yang jelas	2
7	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring <i>budget</i>	4
8	Tidak ada fitur dari aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitoring daftar tamu	3
9	Aplikasi tidak memiliki fitur untuk merencanakan pernikahan oleh <i>user</i> sendiri	5
10	Aplikasi tidak memiliki fitur pembuatan <i>mood board</i>	2

Selanjutnya proses wawancara dengan *vendor* yang dipilih berdasarkan jenis usaha yang berbeda-beda dengan tujuan untuk mengetahui apa yang menjadi masalah dari masing-masing *vendor*. Pemilihan responden sebagai *vendor* dilakukan dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana tidak melihat kalangan yang dilayani apakah dari kalangan dengan tingkat ekonomi yang tinggi maupun rendah namun dilihat dari semua aspek. Kriteria

responden sebagai *vendor* adalah telah menjalankan usaha di bidang pernikahan selama lebih dari satu tahun. Tujuan wawancara terhadap responden sebagai *vendor* adalah untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh *vendor* dalam melayani *customer*. Berikut pada Tabel I.6 ditampilkan profil responden sebagai *vendor*.

Tabel I.6 Profil Responden Sebagai *Vendor*

Jenis Responden	Bidang Usaha	Lama Usaha	Domisili
<i>Vendor</i>	Souvenir Pernikahan	3,5 Tahun	Bandung
<i>Vendor</i>	Undangan dan Hantaran Pernikahan	8 Tahun	Surabaya
<i>Vendor</i>	<i>Venue</i> Pernikahan	3 Tahun	Bandung
<i>Vendor</i>	<i>Venue</i> dan Catering Acara Pernikahan	10 Tahun	Tegal
<i>Vendor</i>	<i>Bridal</i>	4 Tahun	Bandung
<i>Vendor</i>	<i>MUA</i>	2 Tahun	Bandung
<i>Vendor</i>	<i>Photographer</i>	4 Tahun	Bandung
<i>Vendor</i>	<i>Decoration</i>	6 Tahun	Bandung

Pertanyaan yang diajukan kepada responden *vendor* antara lain:

Bagian 1 : Pertanyaan Penyaring

1. Sudah berapa lama usaha Anda berjalan?

Bagian 2 : Pertanyaan seputar masalah yang dihadapi *vendor*

2. Apakah Anda terdaftar pada forum penyedia jasa pernikahan *online*?
3. Apakah dengan menggunakan forum tersebut memudahkan Anda dalam menjalankan bisnis?
4. Menurut Anda apa yang paling dicari oleh pasangan dalam merencanakan pernikahan?
5. Apakah dengan Anda menggunakan forum pernikahan *online* dapat mempermudah Anda melacak berapa banyak *customer* potensial yang melihat produk Anda?
6. Apakah Anda pernah mendapatkan *customer* yang *hit n run*?
7. Menurut Anda kenapa banyak *customer* yang *hit n run*?
8. Apakah Anda tidak cemas apabila banyak yang meniru produk Anda apabila bergabung dengan forum pernikahan *online*?

9. Apakah sebagai *vendor* membutuhkan suatu media untuk memajang produk yang Anda jual?
10. Apakah Anda keberatan apabila *pricelist* Anda dipasang di salah satu media promosi Anda?
11. Bagaimana cara Anda memberikan penawaran kepada *customer*?
12. Bagaimana Anda menunjukkan produk Anda yang lain?
13. Bagaimana cara Anda melakukan *follow up* kepada *customer* Anda?
14. Apakah Anda mudah untuk menghubungi *customer* Anda?
15. Apakah Anda merasa nyaman apabila menghubungi *customer* dengan menggunakan kontak pribadi?
16. Apakah harapan Anda terhadap pola *marketing* dari usaha Anda?

Selanjutnya pada Tabel I.7 dilakukan interpretasi kebutuhan yang dilakukan pada responden sebagai *vendor*. Terdapat 8 orang responden yang sudah diwawancarai. Hasil wawancara dengan responden terlampir pada Lampiran B. *Vendor* yang dijadikan responden memiliki bidang usaha yang berbeda-beda dengan tujuan untuk mengetahui masing-masing kesulitan yang dialami.

Tabel I.7 Hasil Wawancara *Vendor*

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
1	Iya karena dengan memajang hasil karya pelanggan akan tahu "oh itu jualnya ini"	Tidak terdapat media untuk menunjukkan produk yang dijual oleh <i>vendor</i>	Tidak terdapat media untuk menunjukkan produk yang dijual oleh <i>vendor</i>
2	Gimana pun juga orang jualan ingin produknya dilihat	Tidak terdapat media untuk menunjukkan produk yang dijual oleh <i>vendor</i>	
3	Iya kami butuh sekali. Apalagi ketika sudah musim bulan pernikahan yang biasa terjadi setelah bulan Ramadhan. Konsumen yang semakin banyak membuat kami kewalahan untuk berkali-kali mengirimkan gambar kepada mereka satu per satu.	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan produk yang dijual	
4	Butuh pajangan atau media karena etalase saya tidak bisa dilihat lebih dari 10 orang. Dan etalase saya hanya bisa menampung setidaknya 50 buah undangan dan 3 box hantaran saja	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan produk yang dijual	

(lanjut)

Tabel I.7 Hasil Wawancara *Vendor* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
5	Butuh <i>sih</i> kalau untuk media yang dipake pajangan. Kalau bisa yang jumlah <i>upload</i> -nya <i>gak</i> dibatasin	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan produk yang dijual	
1	Jadi bisa tahu berapa kali di- <i>visit</i> oleh pelanggan. Kalau <i>ga</i> ada informasi <i>kan</i> ya <i>ga</i> bisa prospek juga	Tidak terdapat informasi statistik dari pengunjung	Tidak terdapat media yang dapat digunakan untuk menunjukkan statistik dari pengunjung
2	bagus soalnya kalau di aplikasi itu kita tahu siapa aja pasar kita. Terus juga sasaran dari konsumennya tepat <i>ga</i> melenceng	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan jumlah <i>customer</i> yang mengunjungi profil	
3	Kemungkinannya besar untuk mempermudah akses ke konsumen langsung. Lalu bisa tahu juga apakah <i>brand</i> kami dikenal oleh masyarakat atau tidak	<i>User</i> membutuhkan media untuk menunjukkan statistik pengunjung	
4	"apabila terdapat adanya jumlah konsumen yang dapat berpotensi untuk di <i>follow up</i> pasti akan memudahkan penjual untuk langsung melakukan kontak	<i>User</i> membutuhkan media statistik untuk <i>follow up</i>	
5	kita bisa liat siapa aja yang udah <i>visit</i> ke profil kita walaupun sekedar <i>visit aja kan</i> saya bisa bangga dikit <i>tuh</i> setidaknya saya dikenal sama pengguna	<i>User</i> membutuhkan media statistik untuk mengetahui jumlah pengunjung	
6	iya karena ada semacam fitur untuk melacak siapa saja yang sudah <i>view</i> lengkap dengan <i>email</i> -nya jadi bisa diprospek lebih lanjut	<i>User</i> membutuhkan media statistik untuk <i>follow up</i>	
1	Mungkin karena kontaknya juga <i>ga</i> lengkap	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	Tidak terdapat kontak yang lengkap dan jelas dari pelanggan dan tidak terdapat media komunikasi yang memfasilitasi (harus melalui jalur pribadi)
2	Kalau ada nomor telponnya minimal lah sudah aman	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	
3	Sulit karena bercampur dengan kontak WA yang lain, apalagi jika pakai WA <i>kan</i> tidak ada namanya <i>tuh</i> jadinya saya harus <i>save</i> dulu berulang-ulang	Apabila tidak ada kontak, <i>User</i> membutuhkan media yang memfasilitasi percakapan antara pembeli dan penjual	
4	Tergantung kontak yang diberikan <i>sih</i> . Cuma paling sulit <i>emang email</i> karena belum tentu langsung dibalas.	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	
5	Kalau ada kontak pasti <i>sih</i> gampang ya	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	
6	Sulit apabila kontak nya <i>ga</i> jelas dan <i>ga</i> bisa dihubungi	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	

(lanjut)

Tabel I.7 Hasil Wawancara *Vendor* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
7	Untuk kasus saya karena saya tidak memiliki kontak yang jelas. Saya hanya memiliki nama dan nomor saja. Saya tidak mengerti konsumen tersebut berdomisili dimana dan sebagainya.	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	
8	saya <i>ga</i> kontak lagi waktu itu karena kontaknya saya lupa yang mana	<i>User</i> membutuhkan kontak pelanggan yang lengkap	
9	<i>Customer</i> yang <i>hit and run</i> itu dikarenakan tidak adanya <i>base</i> komunikasi yang kuat sehingga bisa seenaknya saja membatalkan atau <i>membooking</i> saja	Apabila tidak ada kontak, <i>User</i> membutuhkan media yang memfasilitasi percakapan antara pembeli dan penjual	
1	Untuk <i>paketan</i> mungkin bisa karena mudah tapi kalau untuk harga per design mungkin <i>range</i>	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
2	Jadi kalau saya mau tampilan <i>pricelist</i> mungkin bisa di <i>range</i> aja, jadi bisa lebih kebayang juga	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
3	Salah satu yang membuat konsumen tertarik adalah adanya harga yang diletakkan di bawah keterangan foto.	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
4	untuk rentang harga kami tidak keberatan	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)
5	Oleh karena itu menurut saya apabila saya buka toko pasti saya tidak segan untuk melampirkan harga yang saya tawarkan	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
6	Kebanyakan <i>nanyain</i> harga <i>gitu</i> soalnya <i>aku gak</i> pasang harga <i>karna</i> kalau pasang harga harus bayar	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
7	Tapi baik dari <i>owner</i> maupun manajemen tidak merasa keberatan apabila <i>pricelist</i> kami diketahui oleh banyak orang. Sehingga hal ini menghilangkan kesan negatif misal " <i>wah</i> makan di <i>bistro</i> mahal ya" dan sebagainya	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan <i>range</i> harga (<i>pricelist</i>)	
1	<i>Nah</i> itu kadang konsumen <i>ngerasa gak</i> aman <i>aja</i> kalau harus melakukan transaksi pada <i>mobile apps</i> apalagi kalau <i>udah</i> berhubungan dengan uang	Tidak terdapat fitur untuk melakukan transaksi didalam aplikasi sehingga lebih aman bagi pembeli dan penjual	Tidak terdapat fitur untuk melakukan transaksi didalam aplikasi yang aman dan mudah diakses

(lanjut)

Tabel I.7 Hasil Wawancara *Vendor* (lanjutan)

No	Pernyataan	Interpretasi Masalah	Grup Permasalahan
2	Disini masalah yang kami hadapi yaitu alasan misal tidak memiliki bank yang sama untuk transfer dan sebagainya	Adanya hambatan dalam melakukan transaksi karena alasan tidak memiliki akun bank yang sama	
3	Dia bilang transaksinya <i>gak</i> aman, nanti dia transfer langsung ke <i>owner</i>	Tidak terdapat fitur untuk melakukan transaksi didalam aplikasi sehingga lebih aman bagi pembeli dan penjual	
4	Ya mereka merasa transaksinya susah karena cuma bisa dilakukan pakai satu bank saja, sedangkan <i>customer</i> pasti memiliki bank yang berbeda-beda	Adanya hambatan dalam melakukan transaksi karena alasan tidak memiliki akun bank yang sama	
1	kalau bisa <i>sih</i> sama konsumen yang <i>bener-bener</i> butuh. Beda <i>kan</i> pangsa pasarnya misalkan saya <i>share</i> di Instagram tapi yang lihat anak SMA	Aplikasi tidak memiliki pasar yang sesuai dengan kebutuhan <i>vendor</i>	Aplikasi tidak memiliki pasar yang sesuai dengan kebutuhan <i>vendor</i>
2	aplikasi yang pelanggannya banyak dan pasti <i>sih</i> kalau bisa, supaya penjualan jadi tepat sasaran	Aplikasi tidak memiliki pasar yang sesuai dengan kebutuhan <i>vendor</i>	
3	Mendapatkan <i>marketing</i> yang lebih mudah, murah kalau bisa tidak berbayar dan memiliki pangsa pasar yang pasti	Aplikasi tidak memiliki pasar yang sesuai dengan kebutuhan <i>vendor</i>	

Hasil wawancara untuk pengidentifikasian masalah terlampir pada Lampiran B. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, terdapat beberapa masalah yang dialami oleh responden sebagai *vendor*. Masalah yang dihadapi oleh responden selanjutnya direkapitulasi dalam Tabel I.8.

Tabel I.8 Rekapitulasi Interpretasi Masalah *Vendor*

No	Interpretasi Permasalahan	Jumlah
1	Tidak terdapat media untuk menunjukkan produk yang dijual oleh <i>vendor</i>	4
2	Tidak terdapat media yang dapat digunakan untuk menunjukkan statistik dari pengunjung	6
3	Tidak terdapat kontak yang lengkap dan jelas dari pelanggan dan tidak terdapat media komunikasi yang memfasilitasi (harus melalui jalur pribadi)	9
4	<i>User</i> membutuhkan media untuk menampilkan range harga (<i>pricelist</i>)	7
5	Tidak terdapat fitur untuk melakukan transaksi didalam aplikasi yang aman dan mudah diakses	4
6	Aplikasi tidak memiliki pasar yang sesuai dengan kebutuhan <i>vendor</i>	3

Sehubungan dengan permasalahan yang ditampilkan pada Tabel I.5 dan Tabel I.8, maka dibutuhkan suatu perancangan aplikasi yang dapat mempermudah proses persiapan pernikahan untuk *customer* dan penjualan untuk *vendor*. Aplikasi memungkinkan pengguna untuk melakukan persiapan pernikahan secara lebih efektif dan lebih mudah karena bersifat *mobile* dan praktis, aplikasi juga memungkinkan pengguna untuk mengorganisir pernikahan dengan lebih mudah. Aplikasi ini juga memungkinkan untuk memberi keuntungan bagi *vendor* yang tergabung karena langsung dihadapkan dengan *customer* yang memang menjadi target pasar dari bisnisnya, serta dapat menjadi media *marketing* yang memiliki *customer* potensial yang tepat.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi dapat digunakan untuk mempermudah *customer* dalam mempersiapkan pernikahan dan *vendor* dalam melakukan penjualan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menunjang perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan ini adalah dengan menggunakan metode desain partisipatif. Dengan menggunakan metode ini maka apa yang menjadi kebutuhan dari pengguna dapat tersampaikan dengan baik.

Setelah terdapat identifikasi permasalahan pada proses perencanaan pernikahan maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi kebutuhan dari calon pengantin dan pihak *vendor* jasa pernikahan untuk aplikasi penunjang perencanaan pernikahan?
2. Bagaimana hasil rancangan prototipe aplikasi penunjang perencanaan pernikahan?
3. Bagaimana evaluasi hasil rancangan prototipe aplikasi penunjang perencanaan pernikahan?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan, perlu dilakukan pembatasan masalah agar lebih terfokus untuk mencapai hasil yang baik dan maksimal. Dalam hal ini pembatasan masalah yang dilakukan adalah:

1. Perancangan aplikasi yang dilakukan hanya sebatas hingga prototipe saja.

2. Jenis persiapan pernikahan yang dilayani hanya pernikahan internasional dan belum mengadopsi faktor budaya di Indonesia.
3. Faktor biaya tidak diperhitungkan dalam pembuatan aplikasi.
Asumsi digunakan sebagai simplifikasi dari penelitian yang dilakukan. Sehingga pada penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan diberikan asumsi yaitu responden yang dapat menggunakan telepon genggam dengan baik.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan:

1. Mengetahui hasil identifikasi kebutuhan untuk perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan.
2. Membuat prototipe dari aplikasi penunjang persiapan pernikahan.
3. Mengetahui hasil evaluasi terhadap prototipe aplikasi penunjang persiapan pernikahan.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan ini dilakukan dengan pemberian manfaat bagi beberapa pihak yang terkait baik pada saat proses pembuatan maupun hasil akhir penelitian. Manfaat yang diberikan dari penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat dikembangkan untuk mempermudah masalah yang biasa dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Baik dalam hal memberikan kemudahan bagi pihak pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan maupun penyedia jasa pernikahan
2. Memberikan hasil utama berupa aplikasi yang terfokus pada perencanaan pernikahan. Hasil akhir penelitian diharapkan dapat menguntungkan berbagai pihak yang berada di dalamnya.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu para pasangan yang segera menikah untuk merencanakan pernikahan dengan lebih mudah dan efisien. Hasil penelitian diharapkan juga dapat membantu para penyedia jasa pernikahan dalam upaya meningkatkan penjualan produk melalui aplikasi.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan langkah-langkah sistematis yang harus dilalui agar penelitian mencapai hasil akhir yang diinginkan. Pada Gambar I.8 ditampilkan gambar yang menjelaskan tentang metodologi penelitian. Berikut adalah langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian:

1. **Penentuan Topik**

Topik penelitian yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ditentukan pada tahap pertama ini setelah dilakukannya penelitian awal secara langsung. Topik penelitian yang akan menjadi fokus utama adalah perancangan aplikasi penunjang perencanaan pernikahan dengan metode desain partisipatif.
2. **Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan yang dilakukan dibagi menjadi dua yaitu studi lapangan dan studi literatur. Studi lapangan dilakukan dengan cara wawancara terhadap calon *user* untuk menemukan masalah yang dihadapi saat ini. Sedangkan studi literatur adalah melakukan pencarian sumber-sumber teori yang terkait dengan topik permasalahan yang dibahas.
3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Identifikasi masalah dilakukan berdasarkan hasil studi pendahuluan yaitu dari hasil wawancara yang diubah menjadi bentuk interpretasi masalah. Kemudian dilakukan pengidentifikasian terhadap aplikasi yang sudah ada (*benchmarking*) lengkap dengan keterangan dari kelebihan dan kekurangan aplikasi yang sudah ada saat ini. Rumusan masalah berupa sekumpulan pertanyaan yang perlu diberikan solusi atas permasalahan tersebut.
4. **Identifikasi Kebutuhan**

Kegiatan identifikasi kebutuhan dibagi menjadi tiga tahapan yaitu pengumpulan data mentah, penginterpretasian data mentah, dan pengorganisasian kebutuhan dalam bentuk hierarki untuk mendapatkan kebutuhan dari pengguna. Pengumpulan data mentah dilakukan kembali dengan menggunakan teknik wawancara. Tahap kedua adalah melakukan interpretasi berdasarkan metode oleh Griffin dan Hauser

(1993) dalam Ulrich (1995). Tahap ketiga adalah pengorganisasian kebutuhan dalam bentuk hierarki yang akan diawali dengan pembagian kuisisioner.

5. Perancangan Konsep Awal dengan menggunakan *Design Workshop*
Dalam proses ini dilakukan proses *generating ideas* sehingga dihasilkan beberapa pilihan konsep rancangan yang bisa memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam proses merancang konsep awal dilakukan dengan melibatkan pengguna secara langsung. Metode yang akan digunakan dalam proses ini adalah *design workshop* yang dibagi menjadi dua grup besar (*customer* dan *vendor*) yang terdiri dari empat orang dalam *small group* yang akan membuat konsep rancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan.
6. Pemilihan Desain Konsep
Setelah didapatkan hasil rancangan konsep maka dilakukan pemilihan konsep yang terbaik dan dilakukan proses perancangan tambahan atau perbaikan desain apabila diperlukan dengan menggunakan metode *scoring*. Kemudian hasil konsep yang terpilih akan diproses ke tahap pembuatan prototipe dan diujicobakan kepada pengguna. Pemilihan desain konsep akan dilakukan dengan melibatkan pengguna secara langsung.
7. Finalisasi Konsep dan Pembuatan Prototipe
Setelah dilakukan pemilihan konsep akan dilakukan perbaikan dan penambahan pada konsep yang ada sesuai dengan hasil pemilihan konsep terbaik menurut pengguna. Kemudian dilakukan proses pembuatan prototipe dengan menggunakan *software Adobe Experience Design* yang kemudian menghasilkan *High Fidelity Prototype* yang dapat diujicobakan kepada pengguna.
8. Evaluasi Prototipe
Setelah prototipe terpilih telah dirancang dan diujicobakan kemudian masuk ke tahapan evaluasi terhadap rancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan agar dapat berjalan dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna. Metode evaluasi yang digunakan adalah *usability testing* dengan menggunakan *System Usability Testing (SUS)*, dimana para calon pengguna akan diberikan 10 pertanyaan kemudian hasil



Gambar I.8 Metodologi Penelitian

jawaban tersebut diolah. Selanjutnya dilakukan proses evaluasi dengan menggunakan *task completion*, yaitu pengukuran terhadap performansi produk dengan memberikan tugas kepada pengguna dengan pengukuran yang dilihat dari sisi waktu maupun kesuksesan.

9. Perbaikan Prototipe / Rancangan

Setelah dilakukan evaluasi prototipe kemudian berdasarkan pengukuran dan komentar yang didapat, dilakukan perbaikan pada prototipe. Hal ini bertujuan untuk membuat prototipe lebih sesuai dengan harapan yang dibutuhkan dan diinginkan pengguna. Perbaikan prototipe dilakukan pada bagian-bagian yang mempunyai performansi terburuk dan mendapat komentar negatif dari responden. Bentuk perbaikan yang dilakukan disesuaikan dengan komentar dan saran dari responden.

10. Analisis Hasil Akhir Prototipe

Analisis dilakukan berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan. Hasil dari analisis digunakan untuk memperbaiki prototipe akhir yang masih dirasa kurang baik dari segi *interface* pada aplikasi perencanaan pernikahan.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan yang akan menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan terkait dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, sedangkan saran yang diberikan diharapkan dapat berguna berkaitan dengan hasil penelitian yang dilanjutkan.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan terbagi menjadi lima bagian (bab) yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I dibahas mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi peneliti, pembaca dan pengguna (*user*), metodologi penelitian dan sistematika penulisan mengenai perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan dengan metode desain partisipatif.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II berisikan seluruh teori yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan dengan metode desain partisipatif. Teori yang digunakan diambil dari sumber-sumber seperti buku dan jurnal terpercaya.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab III dilakukan seluruh tahapan pengolahan data dengan pengaplikasian metode desain partisipatif. Tahapan terbagi menjadi tiga bagian yang diawali dengan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan dari *user*. Tahap kedua dimulai dari interpretasi kebutuhan, dilanjutkan dengan perancangan konsep awal menggunakan teknik *design workshop* serta pemilihan konsep dengan menggunakan metode *scoring*. Selanjutnya dilanjutkan dengan pembuatan prototipe yang terpilih. Tahap ketiga adalah evaluasi dengan menggunakan *usability testing* dengan menggunakan SUS dan *task completion*.

BAB IV ANALISIS

Pada bab IV dibahas mengenai analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan solusi yang diperoleh dari permasalahan penelitian mengenai perancangan aplikasi penunjang persiapan pernikahan dengan metode desain partisipatif.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V berisikan kesimpulan yang berupa solusi atas permasalahan yang terkait dan saran yang dianjurkan untuk mendukung penelitian sejenis lainnya.