

Desain Aplikasi Pencarian Jasa Fotografer (*Capturar*) dengan Menggunakan Metode *Lean UX*

Novialdi T¹, Reski Mai Candra², Muhammad Affandes³, Pizaini⁴

¹ Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 11751102051@students.uin-suska.ac.id, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, reski.candra@uin-suska.ac.id, Indonesia

³ Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, affandes@uin-suska.ac.id, Indonesia

⁴ Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, pizaini@uin-suska.ac.id, Indonesia

Informasi Makalah

Submit : Februari 1,
Revisi : 2023
Diterima : Februari 6,
2023
: Juni 1, 2023

Kata Kunci :

Fotografer
Lean UX
Prototipe
User Interface
User Experience

Abstrak

Fotografi sebagai bagian dari industri kreatif Indonesia merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu. Fotografi juga berkembang seiring dengan bertambahnya manfaat fotografi di dalam kehidupan manusia. Pada dasarnya, fotografi dapat berhubungan dengan semua aspek industri karena kebutuhan foto dapat dijadikan sebagai dokumen penting. Perkembangan digital membuat pencarian barang dan jasa secara *online* sering ditemukan. Namun, pencarian jasa fotografer masih kurang maksimal karena belum adanya aplikasi khusus yang digunakan oleh fotografer dan pencari jasa fotografer. Pencarian fotografer yang dilakukan saat ini menggunakan metode konvensional, yaitu dengan mencari fotografer melalui rekomendasi teman ataupun keluarga serta melalui sosial media yang tidak diperuntukkan khusus pencarian jasa fotografer. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang desain prototipe aplikasi pencarian jasa fotografer berdasarkan aspek *user interface* (UI) dan *user experience* (UX). Penelitian menggunakan metode *Lean UX* yang terdiri dari 4 tahapan yaitu, *Declare Assumptions*, *Create an Minimum Viable Product*, *Run an Experiment* dan *Feedback and Research* yang menghasilkan asumsi permasalahan, rancangan prototipe, eksperimen internal dan pengujian *usability*. Hasil akhir penelitian ini adalah prototipe yang dibangun menggunakan aplikasi *Figma*. Prototipe telah diuji kepada 25 responden menggunakan pengujian *System Usability Scale* (SUS) yang menghasilkan nilai 82.

Abstract

Photography as part of Indonesia's creative industry is an industry that encourages the use of personal creativity. As the benefits of photography in human life have increased, so has photography. Basically, the need for photography can be used as an important document, so photography can influence all aspects of the industry. Due to the advance of digitization, online searches for goods and services are frequently conducted. However, searching for photographer services is still sub-optimal as there is no dedicated application for photographers or those seeking photographer services to use. Today's photographer search is not specifically designed to find photographer services, but is done using traditional methods of finding photographers through friend and family recommendations and social media. The purpose of this research is to create a prototype design of a photographer search service based on user interface (UI) and

user experience (UX) aspects. This study uses the Lean UX methodology. The methodology consists of his four phases, namely Declare Assumptions, Create an Minimum Viable Product, Run an Experiment dan Feedback and Research which produces promblem assumptions, prototypes desugn, internal experiments and usability testing. The final result of this research is a prototype created using the Figma application. The prototype was tested against 25 respondents on the System Usability Scale (SUS) test and returned a score of 82.

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang digerakkan oleh kreativitas sumber daya manusia untuk mencari solusi inovatif terhadap permasalahan yang dihadapi. Saat ini terdapat 15 pengembangan subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh tim Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Subsektor-subsektor ekonomi kreatif di Indonesia sangat berkembang pesat selain kuliner, fashion, dan kriya, salah satunya adalah subsektor Fotografi. Tuntutan zaman menjadikan usaha ekonomi kreatif di subsektor fotografi ini digandrungi para fotografer profesional (H. B. Sanjaya et al., 2020). Meskipun selama ini fotografi di Indonesia telah tumbuh dengan sendirinya, namun dirasakan masih banyak permasalahan yang sering dijumpai baik oleh industri fotografi, komunitas fotografi, dan juga para pelaku fotografi Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014).

Jumlah fotografer Indonesia yang tercatat dalam dokumen Rencana pembangunan fotografi nasional 2014-2019 sekitar 7158 orang dengan pertumbuhan rata-rata 5,8% setiap tahunnya sepanjang 2002-2010. Hal ini menunjukkan pasar persaingan fotografi akan terus meningkat dimasa yang akan datang. Selain itu, kebutuhan fotografi untuk keperluan media, periklanan, dan dokumentasi akan selalu ada sehingga akan memberikan peluang untuk membuka lapangan pekerjaan baru. Fotografi juga berkembang seiring dengan bertambahnya manfaat fotografi di dalam kehidupan manusia. Pada dasarnya, fotografi dapat

berhubungan dengan semua aspek industri karena kebutuhan foto dapat dijadikan sebagai dokumen penting. Dengan luasnya kebutuhan fotografi, tidak hanya kalangan industri dan bisnis saja yang membutuhkannya, termasuk juga kalangan individu. Fotografi dikalangan individu misalnya, pembuatan foto kartu identitas penduduk (KTP), paspor, *pre-wedding*, *wedding*, *modelling*, *travelling*, kebutuhan foto produk, foto keluarga dan lain-lain (Santoso & Ghazali, 2015).

Pada era modern ini, orang terbiasa menyimpan semua momen kehidupan dengan bentuk foto, dan semakin banyak orang mencari fotografer profesional (Lebedenko, 2019). Fotografer saat ini banyak kurang dikenal karena pemasaraannya konvensional seperti melalui brosur dan informasi langsung (Ariani & Christian, 2016), namun beberapa fotografer ada yang melakukan pemasaran melalui sosial media. Pemasaran yang dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan kartu nama memiliki keunggulan informasi dapat langsung cepat diterima kepada target usaha, namun memiliki kekurangan yaitu keterbatasan informasi yang dapat diberikan (Nugroho, 2015). Pencari jasa melakukan beberapa cara dalam mencari jasa fotografer, diantaranya adalah menghubungi kenalan fotografer, mendapatkan rekomendasi dari teman dan keluarga, dan mencari fotografer melalui sosial media seperti facebook dan instagram. Dalam mencari jasa, para pencari jasa memiliki aspek yang berbeda-beda dalam memilih fotografer seperti mempertimbangkan harga, promo atau

diskon, portofolio yang menarik serta paket yang lengkap. Informasi yang lengkap sangat dibutuhkan oleh pencari jasa fotografer, terutama dalam hal portofolio, karena portofolio merupakan bentuk jati diri fotografer.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kholil et al., 2018) menghasilkan sebuah aplikasi berbasis website mampu memenuhi kebutuhan fotografer dan pencari jasa dengan dalam membantu fotografer dan para pencari jasa fotografer serta dapat menjadi sarana promosi bagi fotografer pada sebuah studio foto. Penelitian yang dilakukan oleh (Junaini, 2020) menghasilkan sebuah aplikasi berbasis android pada sebuah studio yang memudahkan pemesan jasa fotografi mendapatkan informasi mengenai jasa fotografi pada studio tersebut, sehingga meningkatkan kinerja dan efisiensi kegiatan pengolahan data pada studio fotografi. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (C. Sanjaya et al., 2018) menghasilkan sebuah aplikasi *crowdsourcing* jasa fotografer dan videografer berbasis android yang membantu pencari jasa menemukan fotografer berdasarkan jenis pekerjaan, lokasi dan harga dengan status pencarian menunggu *bid* dari penyedia jasa.

Untuk merancang aplikasi yang berfokus menyelesaikan permasalahan pencarian jasa fotografer diperlukan perancangan desain aplikasi yang berfokus terhadap *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). Tolak ukur sebuah aplikasi yang baik dapat dilihat dari UI dan UX yang sesuai dengan tujuan untuk menunjang kenyamanan dan kemudahan pengguna (Razi et al., 2018). UI adalah bagian dari aplikasi (antarmuka) yang berinteraksi secara langsung dengan pengguna (Ghiffary et al., 2018). UX adalah persepsi dan respon yang diberikan pengguna dalam menggunakan suatu produk, sistem atau service (ISO 9241-210, 2010). UX bertujuan untuk memberikan pengalaman

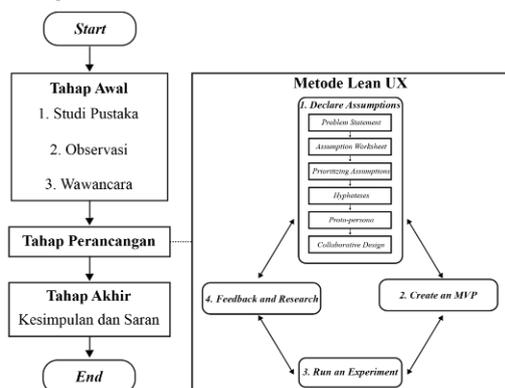
yang menyenangkan kepada pengguna terhadap penggunaan suatu aplikasi. Aspek UI dan UX harus diperhatikan dalam perancangan aplikasi, hal ini bertujuan untuk memudahkan pihak pengembang dalam membangun aplikasi dan menghindari kegagalan aplikasi diterima pasar.

Untuk mencapai desain UI dan UX yang dapat diterima oleh pengguna, diperlukan suatu metode perancangan, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *Lean UX*. *Lean UX* merupakan metode yang dikembangkan oleh Jeff Gothelf pada tahun 2013 (Gothelf, 2013). Metode *Lean UX* menempatkan pengguna sebagai titik pusat pemahaman dalam aplikasi. Selain itu, *Lean UX* juga berfokus pada pengurangan proses dokumentasi yang tidak penting selama pengembangan (Anggara et al., 2021). Metode *Lean UX* dapat membantu penelitian ini menghasilkan rancangan aplikasi berbasis *mobile* dengan cakupan lebih luas yang dapat menghubungkan fotografer dan calon pengguna jasa fotografer, memberikan informasi yang lebih detail dan membantu proses pemesanan jasa fotografer lebih mudah. Penelitian ini akan menghasilkan rancangan desain aplikasi pencarian jasa fotografer dengan memperhatikan UI/UX serta bertujuan menghasilkan *usability* yang baik, sehingga ketika terdapat pihak yang ingin membangun aplikasi pencarian jasa fotografer menjadi lebih terbantu pekerjaannya. Aplikasi yang baik adalah aplikasi yang memiliki *usability* tinggi, sehingga metode ini sangat cocok untuk digunakan dalam pembuatan desain aplikasi pencarian jasa fotografer yang berpusat pada pemahaman pengguna.

2. Metode Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan tentunya membutuhkan metode pendekatan yang digunakan untuk melakukan penyelesaian. Metode menjelaskan langkah-langkah atau prosedur yang akan dilakukan selama

penelitian yang berfungsi untuk melaksanakan penelitian agar berjalan lancar dan dapat menjawab rumusan masalah penelitian, guna memenuhi tujuan yang ingin tercapai. Tahapan yang akan dilakukan ada pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Penelitian

2.1. Tahap Awal

Tahap awal dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian desain aplikasi Capturar. Pada tahap ini dilakukan dengan cara studi pustaka, observasi dan wawancara. Hasil yang diperoleh dari tahap ini akan menjadi landasan penulis untuk merancang desain aplikasi capturar.

A. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan tahapan mencari informasi terkait dengan penelitian melalui jurnal dan buku. Tahapan ini berfungsi untuk mendapatkan informasi dan memperkuat pemahaman pada penelitian yang akan dilakukan. Secara umum, dilakukan dengan cara penelusuran yang berkaitan dengan desain *user interface*, desain *user experience*, *lean UX*, fotografi dan penelitian terkait lainnya.

B. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses bisnis yang digunakan fotografer dalam memasarkan diri, mencari pelanggan dan mengamati proses

bagaimana para pencari jasa fotografer menemukan fotografer yang diinginkan. Hasil observasi diperoleh dengan cara mengamati kegiatan grup fotografi di sosial media, aplikasi fotografi serupa dan pengamatan langsung. Berikut ini adalah beberapa permasalahan yang diperoleh dari hasil observasi :

Tabel 1 Hasil Observasi

No	Permasalahan	Sumber
1.	Sulit menemukan fotografer yang diinginkan berdasarkan kebutuhan	Komunitas Fotografi (Facebook)
2.	Tidak ada respon dalam mencari fotografer	Komunitas Fotografi (Facebook)
3.	Promosi fotografer tidak terlalu efektif	Grup Facebook Fotografi & Instagram Fotografer
4.	Portofolio fotografer kurang rapi	Instagram & Facebook Fotografer
5.	Komunikasi yang tidak terpusat (dari facebook dialihkan ke instagram/whatsapp)	Komunitas Fotografi (Facebook)
6.	Pencarian fotografer tidak sesuai keinginan (berbeda lokasi, dadakan, dan buta harga)	Komunitas fotografi (Facebook)
7.	Pencari jasa tidak menemukan harga pada lokasi promosi via sosmed	Instagram
8.	Pengguna tidak memahami secara jelas tujuan aplikasi dengan mengira sebagai aplikasi editing foto	Playstore (Aplikasi serupa)
9.	Aplikasi serupa memiliki beberapa kesulitan UX yang cukup terlihat (Fotografer	Aplikasi serupa

diberikan secara acak, tidak ada tombol pembatalan pesanan, detail pemesanan yang kurang jelas)

10	Pencarian fotografer dilakukan secara manual dengan bertanya kepada orang-orang terdekat atau survey satu per satu baik langsung maupun tidak langsung via chat	Pengamatan langsung
----	---	---------------------

C. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dengan berbagai pihak seperti fotografer, pencari jasa fotografer atau orang yang pernah menggunakan jasa fotografer. Tahap ini dilakukan dengan cara mewawancarai 4 orang fotografer dan 4 orang yang pernah menggunakan jasa fotografer. Berikut ini adalah latar belakang narasumber :

Tabel 2 Latar Belakang Narasumber

Nama	Usia	Latar Belakang
Meirwin	43	Komunitas Fotografi Pekanbaru
Arif Hidayatullah	28	AR Photography
Mhd. Zamil	25	Fotografer Freelance
Dhanu Aryanada	23	Fotografer Freelance
Intan Danishwara Erza	22	Mahasiswi
Viona Annastasya B	22	Pengusaha Cafe
Wandros Pratiwi	25	Fashion Designer
Yolanda Prastika	21	Model

2.2. Tahap Perancangan

Tahap perancangan merupakan tahapan untuk membangun prototype desain aplikasi capturar. Tahap ini mengadopsi metode pengembangan *Lean UX*. Terdapat 4 proses yang akan dilakukan pada tahap ini, yaitu *Declare Assumption*, *Create an MVP (Minimum Viable Product)*, *Run an Experiment*, dan *Feedback and Research*.

A. Declare Assumptions.

Declare Assumptions merupakan tahap awal dari metode *Lean UX*. Pada tahap ini pengembang membuat asumsi berdasarkan penjelasan dari pengguna. Tahap ini dibagi menjadi enam, yaitu *problem statements*, *assumptions worksheet*, *prioritizing assumptions*, *hypotheses*, *proto-persona*, dan *collaborative design*.

B. Create an MVP.

Create an MVP (Minimum Viabel Product) merupakan tahapan pembuatan rancangan *prototype* dari aplikasi Capturar. Hasil dari perancangan *prototype* dapat menentukan hipotesis mana yang dibuat benar, harus dibuang, atau harus diperbaiki. Penelitian ini dilakukan pada tingkat *High Fidelity Prototype*. Tingkatan *prototype* sudah mendekati seperti aplikasi asli namun bukan aplikasi yang sudah jadi. Rancangan *High Fidelity Prototype* akan menggunakan aplikasi Figma.

C. Run an Experiment.

MVP yang telah dibangun akan dilakukan *demos* dan *previews* kepada UX *Expert*. Tahapan ini berfungsi untuk memastikan bahwa MVP yang dibangun sudah layak untuk diujikan kepada calon pengguna. UX *Expert* akan memberikan

masukannya tentang *interface* (UI/UX) dan *usability* yang berguna untuk menjadi rekomendasi perbaikan sebelum diujikan kepada pengguna.

D. *Feedback and Research.*

Feedback and Research adalah memvalidasi asumsi yang ada melalui hasil pengujian prototype MVP kepada pengguna, yaitu fotografer dan calon pengguna jasa pencarian fotografer. Pada tahap ini memastikan bahwa produk yang sudah dirancang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna. Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan pengujian *System Usability Scale* (SUS) yang dikemukakan oleh John Brooke (Gallavin, 2014).

2.3. Tahap Akhir

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari semua tahap sebelumnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penjelasan pada metodologi penelitian, metode *Lean UX* terdiri dari 4 tahap yang dilakukan. Tahapan-tahapan perancangan aplikasi pencarian fotografer akan dijelaskan pada bab hasil dan pembahasan.

3.1. *Declare Assumptions*

Tahapan *declare assumptions* dilakukan dengan 6 sub tahap. Sub tahap pertama adalah *problem statement* yang menghasilkan definisi permasalahan sebagai berikut :

Tabel 3 *Problem Statement*

No.	<i>Problem Statement</i>
1.	Capturar dirancang untuk pencari jasa fotografer. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat memenuhi tujuan mencari jasa fotografer secara mudah. Saat ini, pencarian jasa

	fotografer masih dilakukan secara manual. Bagaimana cara untuk merancang UX pencarian jasa fotografer ?
2.	Capturar dirancang untuk fotografer. Dengan aplikasi ini, fotografer dapat memenuhi tujuan memasarkan portofolio dan memberikan informasi lengkap kepada pelanggan. Saat ini, portofolio dan informasi hanya diletak pada sosial media secara tidak rapi dan membingungkan pelanggan. Bagaimana cara untuk merancang UX portofolio dan informasi lengkap fotografer ?

Setelah masalah didefinisikan, dilanjutkan dengan pembuatan asumsi pada sub tahap *assumption worksheet* yang menghasilkan 2 asumsi yaitu *User assumptions* dan *Business Assumptions*. Hasil dari *user assumptions* dan *business assumptions* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4 *User Assumptions*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Siapa penggunanya ?	Fotografer dan pengguna awam yang ingin mencari jasa fotografer.
2.	Masalah apa yang diselesaikan ?	Membantu fotografer dalam memasarkan dirinya dan membantu pengguna awam dalam mencari jasa fotografer.
3.	Kapan dan bagaimana aplikasi digunakan ?	Aplikasi dirancang untuk bisa digunakan kapan saja tergantung kebutuhan dari pengguna.
4.	Fitur apa yang paling penting	Portofolio fotografer

?

Tabel 5 *Business Assumptions*

No.	Asumsi
1.	Diyakini pengguna membutuhkan fitur pencarian fotografer berdasarkan harga, lokasi, kebutuhan dan rating. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur filter pencarian. Resiko dalam fitur ini adalah pengguna tidak menemukan fotografer yang dicari.
2.	Diyakini pengguna membutuhkan fitur portofolio. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur portofolio. Resiko dalam fitur ini adalah pengguna merasa kesulitan dalam melihat keaslian foto dari fotografer.
3.	Diyakini pengguna membutuhkan informasi lengkap mengenai paket fotografi. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur paket fotografi yang mudah untuk dilihat dan mudah dikelola oleh fotografer. Resiko dalam fitur ini adalah pengguna tidak menemukan informasi yang lebih khusus dalam halaman fotografer.
4.	Diyakini pengguna membutuhkan informasi terkait jadwal kosong fotografer. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur kalender yang dilengkapi dengan informasi mengenai jadwal tersedia. Resiko dalam hal ini adalah fotografer lupa mengatur tanggal pada aplikasi.
5.	Diyakini pengguna membutuhkan hasil testimoni klien terdahulu. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur testimoni. Resiko dalam hal ini adalah adanya penilaian yang tidak sesuai sehingga mempengaruhi rating

fotografer.

6. Diyakini pengguna ingin melihat profil fotografer yang menarik. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur profil yang menampilkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Resiko dalam hal ini adalah adanya kecurangan fotografer dalam memanipulasi informasi dirinya.
7. Diyakini pengguna membutuhkan fitur persetujuan booking oleh fotografer. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan menambahkan fitur persetujuan saat pemesanan masuk ke profil fotografer. Resiko dalam hal ini adalah fotografer tidak menyadari adanya pesanan fotografi yang masuk ke dalam profilnya.
8. Diyakini pengguna membutuhkan fitur pembayaran. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur pembayaran. Resiko dalam hal ini adalah adanya calon pengguna jasa merasa terbebani karena pembayaran jasa berbeda dengan pembayaran barang.
9. Diyakini pengguna membutuhkan fitur informasi status pemesanan. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur status pemesanan. Resiko dalam hal ini adalah adanya *error* atau kesalahan dalam informasi terbaru mengenai status pemesanan.
10. Diyakini pengguna membutuhkan fitur *chat*. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan membuat fitur *chat* yang mudah untuk digunakan sebagai sarana komunikasi fotografer dan calon pencari jasa. Resiko dalam hal ini adalah fitur ini tidak sempurna aplikasi media sosial *chatting* yang sudah ada.

Asumsi yang telah disusun pada bagian *user assumptions* diurutkan pada sub tahap *prioritizing assumptions*. Asumsi akan diurutkan berdasarkan resiko dan

kepentingannya. Hasil pengurutan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

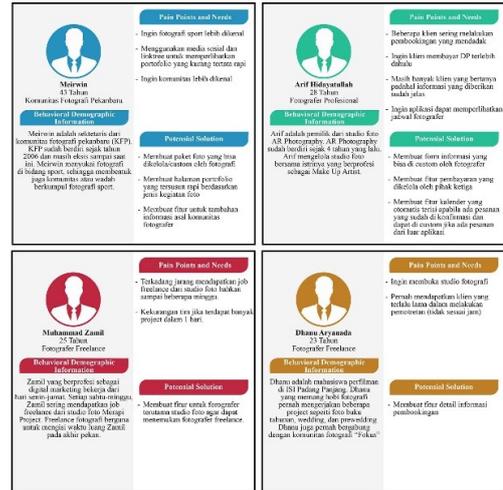
Tabel 6 *Prioritizing Assumptions*

No.	Asumsi	Nilai
1.	#9 Informasi Pemesanan	91
2.	#7 Persetujuan Booking Fotografer	91
3.	#1 Filter Pencarian	90
4.	#8 Pembayaran	84
5.	#2 Portofolio Fotografer	78
6.	#5 Testimoni	75
7.	#10 Chat	71
8.	#3 Paket Foto	71
9.	#6 Profil Fotografer	70
10.	#4 Jadwal	64

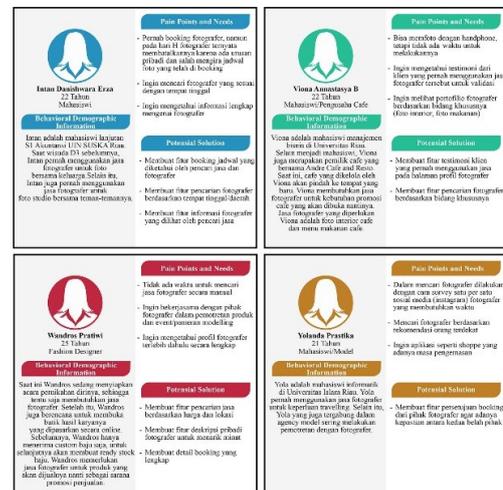
Berdasarkan asumsi dan permasalahan yang telah diperoleh, langkah selanjutnya adalah *hypoheses*. Sub tahap ini adalah pembuatan hipotesis yang diyakini benar. Hasil dari *hypoheses* adalah sebagai berikut :

“Dipercaya bahwa hasil perancangan desain aplikasi *captur* yang mempertimbangkan kebutuhan pengguna akan membuat pengguna merasa terbantu. Dikatakan benar jika hasil pengujian prototype memiliki hasil yang memuaskan.”.

Langkah selanjutnya adalah *proto-persona*. *Proto-persona* berisikan informasi mengenai latar belakang narasumber, permasalahan dan solusi yang bisa diberikan. Narasumber dibagi menjadi 2 kelompok yaitu fotografer dan orang yang pernah atau akan menggunakan jasa fotografer. Hasil dari proto-persona dapat dilihat pada gambar berikut :

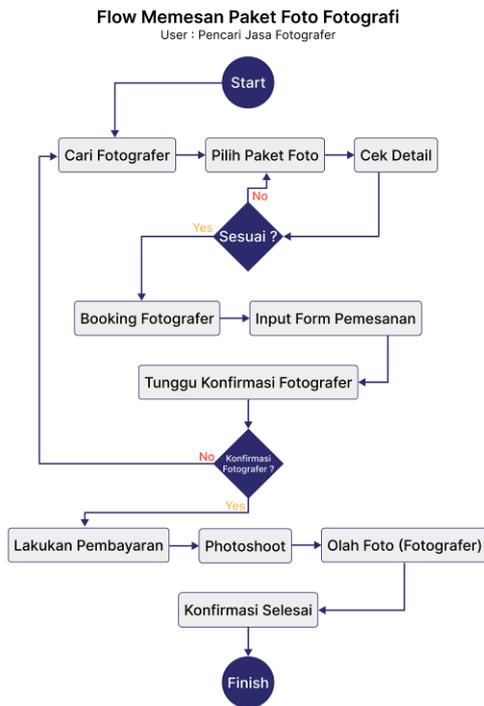


Gambar 2 *Proto-Persona* Fotografer



Gambar 3 *Proto-Persona* Pengguna yang Pernah Menggunakan Jasa Fotografer

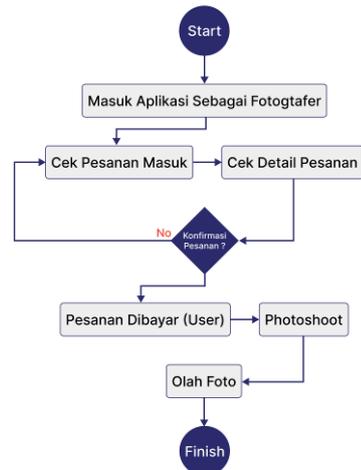
Langkah selanjutnya adalah *Collaborative Design*. Sub tahap ini akan menjadi acuan serta dasar dalam pembuatan prototipe. *Collaborative Design* menghasilkan *user flow*, *design studio* yang menghasilkan *wireframe* dan *style guide* yang menghasilkan *typography style*, *colour style*, *icons style*, *illustration* serta *UI components*. Hasil dari sub tahap ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4 User Flow Memesan Paket Foto Fotografi

Gambar 4 menjelaskan alur yang digunakan untuk memesan paket fotografi. *User* dalam *user flow* ini adalah pencari jasa fotografer. Kondisi awal (*start*) adalah *user* harus sudah *login* terlebih dahulu ke dalam aplikasi. Untuk mencari fotografer yang diinginkan, pencari jasa fotografer dapat mencari berdasarkan spesifikasi yang diinginkan dimulai dari memilih paket foto, melakukan pemesanan fotografer dan menunggu fotografer melakukan konfirmasi, pembayaran, *photoshoot*, proses olah foto dari fotografer selesai.

Flow Menerima Pemesanan Fotografi
 User : Fotografer

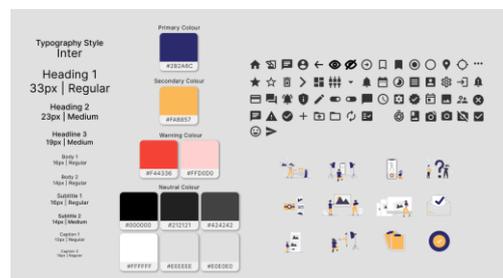


Gambar 5 User Flow Menerima Pemesanan Fotografi

Gambar 5 menjelaskan alur yang digunakan oleh fotografer dalam menerima pemesanan paket fotografi. Kondisi awal (*start*) adalah fotografer harus sudah *login* terlebih dahulu. Setelah itu, fotografer masuk ke dalam halaman fotografer dan melihat pemesanan paket fotografi yang masuk. Fotografer diharuskan mengkonfirmasi pemesanan agar adanya kepastian antara fotografer dan pencari jasa fotografer.



Gambar 6 Design Studio (Wireframe)



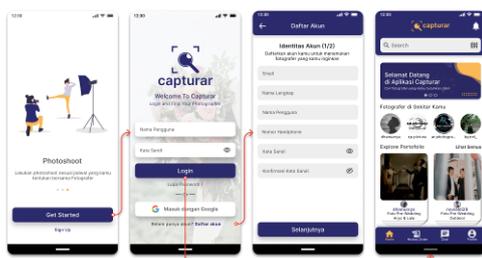
Gambar 7 Style Guide (Typography, colour, icon, & illustrations)



Gambar 8 *Style Guide (Component UI)*

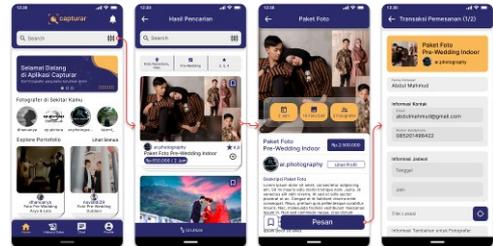
3.2. Create an MVP

Tahapan ini akan menghasilkan rancangan desain aplikasi pencarian fotografer berbasis *mobile*. Pembuatan desain dilakukan pada tingkat *high-fidelity prototype* dengan batasan *clickable prototype* yang sudah dapat memberikan pengguna bagaimana gambaran penggunaan aplikasi. Rancangan MVP dibuat dengan menggunakan aplikasi Figma. Prototipe dibuat berdasarkan rancangan rancangan *collaborative design* dengan beberapa penyesuaian yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti masukan dari *UX expert*, asumsi baru yang diperoleh dari responden serta perspektif ketika membangun MVP yang dirasa lebih baik untuk pengguna. Hasil dari rancangan MVP dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 9 *MVP Login & Pendaftaran Akun*

Tampilan gambar 9 merupakan tampilan ketika aplikasi pertama kali dibuka. Pengguna akan masuk ke halaman *splash screen*, lalu diarahkan ke halaman *login* untuk masuk ke dalam aplikasi atau melakukan pendaftaran akun bagi pengguna belum terdaftar.



Gambar 10 *MVP Pemesanan Paket Fotografi*

Tampilan gambar 10 menampilkan halaman beranda, jika pengguna ingin mencari paket fotografi yang diinginkan dapat menggunakan *button filter*, *form search* ataupun berdasarkan rekomendasi yang tersedia di halaman beranda. Pengguna dibebaskan dalam memilih fotografer berdasarkan aspek yang diinginkan.



Gambar 11 *MVP Proses Pemesanan*

Tampilan gambar 11 merupakan tampilan dari proses pemesanan yang berlangsung. Terdapat beberapa proses atau tahapan yang akan dilalui, dimulai dari menunggu konfirmasi fotografer, pembayaran, *photoshoot* dan proses penyelesaian pemesanan.



Gambar 12 *MVP Konfirmasi Pemesanan Fotografer*

Tampilan gambar 12 menampilkan halaman fotografer (studio). Pada halaman ini fotografer akan menerima pesanan dan mengolah studio (portofolio dan paket fotografi). Konfirmasi fotografer dibutuhkan agar memberikan kepastian bagi pengguna

dan sebagai tanda fotografer menyanggupi pemesanan paket fotografi yang telah dipesan.

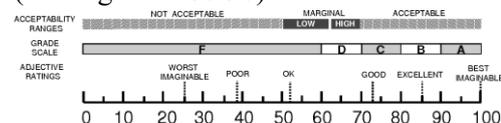
3.3. Run an Experiment

Eksperimen diperlukan untuk mengetahui alur prototipe capturar yang telah dibuat sebelumnya pada tahap MVP. Tahapan ini dilakukan dengan cara evaluasi UX *expert review* yang dilakukan oleh 2 orang UX *expert* yang telah memiliki pengalaman pada bidang UI/UX. Hasil UX *expert review* akan digunakan sebagai landasan perbaikan pada prototipe capturar sebelum dilakukan ujicoba kepada pengguna. Berdasarkan masukan dari UX *expert* dan diskusi yang dilakukan ketika dilakukan *demos* dan *previews*, maka diperlukan adanya perbaikan sebelum prototipe dilakukan pengujian kepada calon pengguna. Prototipe iterasi 1 memiliki beberapa permasalahan tampilan yang cukup mempengaruhi kenyamanan seperti penggunaan warna primer terlalu dominan, penggunaan warna yang tidak tepat sasaran secara psikologis ataupun keharmonisan warna, jarak antar elemen yang dan penggunaan ukuran font yang kurang tepat sehingga prototipe perlu diperbaiki terlebih dahulu sebelum dilakukan pengujian kepada pengguna.

3.4. Feedback and Research

Pengujian dilakukan dengan cara memberikan pengguna untuk mencoba secara langsung prototipe capturar. Pengguna akan diberikan task berdasarkan MVP yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memberikan pengguna pengalaman secara langsung bagaimana mengoperasikan prototipe capturar. Terdapat 25 responden yang melakukan pengujian. Setelah responden mengerjakan task pada rancangan prototipe, responden akan

mengisi kuesioner SUS (*System Usability Scale*). Kuesioner SUS akan mengukur prototipe dapat dikatakan layak atau tidak apabila memenuhi skor rata-rata minimal 68. Skor akhir yang diperoleh dengan perhitungan SUS adalah 82%. Berdasarkan aturan skor SUS, nilai 82 berada pada *acceptability ranges Acceptable* (rentang nilai 68-100), *grade scale B* (rentang nilai 80-90) dan *adjective ratings Excellent* (rentang nilai 80-90).



Gambar 13 Rentang Nilai Skor SUS (Bangor et al., 2009)

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari Desain Aplikasi Pencarian Jasa Fotografer (Capturar) dengan Metode Lean UX sebagai berikut :

1. Desain prototipe Aplikasi Capturar berhasil dibangun dengan menggunakan aplikasi Figma.
2. Metode *Lean UX* dapat diterapkan ke dalam metode perancangan desain aplikasi capturar dengan baik.
3. Berdasarkan penilaian akhir skor SUS, diperoleh nilai 82 dengan *Adjective Rating Excellent* dan *Grade Scale B* sehingga prototipe sudah dapat dikatakan memiliki hasil yang memuaskan (*Acceptable*).

5. Referensi

- Anggara, D. A., Harianto, W., Aziz, A., Informatika, T., Kanjuruhan, U., & Malang, S. (2021). Prototipe Desain User Interface Aplikasi Ibu Siaga Menggunakan Lean Ux. *Kurawal Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 4, 58–74.
- Ariani, F., & Christian, A. (2016). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan

- Jasa Fotografi Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall. *Informasi, Jurusan Sistem Tinggi, Sekolah Informatika, Manajemen, 1(1)*, 1–8.
- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining What Individual Sus Scores Mean; Adding An Adjective Rating. *Journal Of Usability Studies, 4(3)*, 114–123.
- Gallavin, G. (2014). *System Usability Scale (Sus): Improving Products Since 1986*. Digital.Gov.
<https://Digital.Gov/2014/08/29/System-Usability-Scale-Improving-Products-Since-1986/>
- Ghiffary, M. N. El, Susanto, T. D., & Prabowo, A. H. (2018). Analisis Komponen Desain Layout, Warna, Dan Kontrol Pada Antarmuka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Kemudahan Penggunaan (Studi Kasus: Aplikasi Olride). *Jurnal Teknik Its, 7(1)*.
<https://doi.org/10.12962/J23373539.V7i1.28723>
- Gothelf, J. (2013). *Lean Ux: Applying Lean Principles To Improve User Experience*.
<https://doi.org/10.1145/2639189.2670285>
- Iso 9241-210. (2010). Ergonomic Of Human System Interaction - Human Centered Design For Interactive System. *61010-1 © Iec:2001*, 13.
- Junaini. (2020). Sistem Pemesanan Jasa Fotografi Berbasis Android Di Studio Selawe Bontang. *Al Ulum Sains Dan Teknologi Vol. 5 No. 2 Mei 2020 Sistem, 5(2)*, 88–95.
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Ri. (2014). *Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Pt. Republik Solusi.
- Kholil, I., Prasetyo, F., & Hariyanto, D. (2018). Metode Waterfall Untuk Aplikasi Layanan Jasa Fotografi Di Garasi Production. *Seinasi-Kesi*, 35–40.
- Lebedenko, R. (2019). *Development Of A Mobile Application User Interface For Photographers ' Search Based On User Experience Declaration Of Authorship*.
- Nugroho, R. A. (2015). Sistem Informasi Pemesanan Jasa Fotografi Berbasis Web Pada Karma Kreatif Semarang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer, 2(1)*, 49–53.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Terececer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 3(02)*, 219.
<https://doi.org/10.25124/Demandia.V3i02.1549>
- Sanjaya, C., Rostianingsih, S., Andjarwirawan, J., & Siwalankerto, J. (2018). Aplikasi Crowdsorce Pencarian Jasa Fotografer Videografer Berbasis Android. *Universitas Kristen Petra*.
- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., Hakim, M. A., & Alexandri, M. B. (2020). Analisis Peluang Bisnis Jasa Fotografi "Garis Photography" Dengan Business Model Canvas Dan Analisis Swot. *Kinerja, 17(2)*, 202–207.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/kinerja/article/view/7429>
- Santoso, W. B., & Ghazali, A. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Fotografi Nasional 2015-2019* (Issue March 2015). Pt. Republik Solusi.