

BAB III

MARKET AND PRODUCT VALIDATION

3.1 *Market Research Validation*

3.1.1 *Segmentation, Targeting, Positioning*

Untuk memahami target konsumen dari Younite, kelompok merancang segmentasi, *targeting*, dan *positioning* jasa yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografis	
▪ Usia	: 15-25 tahun
▪ Gender	: Perempuan dan laki-laki (diutamakan perempuan)
▪ Pekerjaan	: Pelajar, Mahasiswa, Pekerja, UMKM <i>Fanmerch, Fan Artist</i>
▪ Penghasilan	: SES C1 - A2 (Memiliki <i>Smartphone</i>)
▪ Pendapatan	: Rp 2.000.000,00 - Rp 11.000.000,00
▪ SES	: SES C1 - A2
Geografis	
▪ Area	: JABODETABEK
▪ Tingkat kepadatan penduduk	: 17.013 jiwa/km persegi
Psikografis	
▪ <i>Attitude</i>	: <i>Outgoing, Energetic</i>
▪ <i>Lifestyle</i>	: - Mengikuti perkembangan yang terjadi di dalam dunia K-pop

	<ul style="list-style-type: none"> - Mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop <i>group</i> baik official maupun <i>fanmerch</i> - Bergabung dalam komunitas penggemar (<i>fanbase</i>) - Sering <i>streaming</i> lagu, <i>Music Video</i> K-pop, dan <i>Variety show</i> - Datang ke konser atau <i>fanmeeting</i> - Menghabiskan hampir seluruh waktunya mengakses internet dan sosial media
--	---

Target audiens yang ditetapkan untuk Younite adalah individu yang memiliki minat yang mendalam terhadap budaya atau industri hiburan K-Pop dan memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan komunitas penggemar yang sejenis. Oleh karena itu, kelompok menyediakan fitur yang memungkinkan penggemar untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain serta memudahkan pencarian teman dengan kegemaran yang sama.

Bagi *target* audiens yang memiliki minat tinggi terhadap K-Pop, Younite menawarkan sebuah *platform* yang dapat diandalkan karena telah menyediakan semua yang diperlukan oleh seorang penggemar K-Pop, mulai dari akses yang mudah akan informasi, hiburan, kegiatan jual-beli, dan komunitas. Selain itu, Younite juga membawa tindakan *sustainable* yang memungkinkan pengguna untuk menjual barang K-Pop bekas atau *preloved items*. Ini membedakan Younite dari aplikasi lain seperti Fandol, media seperti KVIBES, dan pasar seperti Peanutopia, dengan menyajikan berbagai layanan dalam satu platform aplikasi.

Untuk memenuhi banyaknya kebutuhan dari penggemar K-Pop, Younite menyediakan 4 fitur utama dalam *platform* aplikasi, yaitu *Online*

Shop, Chatroom, Find Concert Buddy, dan Membership. Fitur ini dapat dinikmati semua pengguna, baik penggemar yang ingin menjual produk maupun penggemar yang hanya menjadi penikmat. Bagi para penjual, Younite menyediakan fitur toko *online (Online Shop)* yang memungkinkan pengguna untuk menjual berbagai barang terkait K-Pop, baik *fan merchandise* maupun barang bekas miliknya yang tidak terpakai lagi. Selain itu, fitur *Chatroom* di Younite membantu para penggemar untuk berinteraksi satu sama lain, memungkinkan mereka untuk berkenalan dan berbicara dengan orang-orang dalam komunitas K-Pop di Indonesia. Fitur *Chatroom* juga memiliki tambahan bagi pengguna yang ingin memperindah tampilan *Chatroom* mereka dengan membeli *theme chat* dan *sticker pack* dari *page* Younite Shop yang dapat diakses pada navigasi *Chat*.

Salah satu fitur dalam aplikasi Younite yang menjadi *unique selling point* adalah fitur *Find Concert Buddy* yang memungkinkan pengguna untuk mencari dan menemukan teman baru atau orang dengan minat yang sama untuk pergi ke konser atau *event* K-Pop bersama. Younite juga memiliki fitur *Membership* bagi pengguna aplikasinya yang bersifat opsional. Meskipun *Membership* bersifat opsional, pengguna yang memilih untuk membeli keanggotaan dapat menikmati beberapa keuntungan tambahan, seperti mendapatkan *badge VIP*, penggunaan aplikasi tanpa iklan, akses eksklusif dan prioritas ke berbagai *event*, serta mendapatkan 1 *sticker pack* dan 1 *theme chat* yang dapat digunakan dalam fitur *Chatroom* secara gratis. Di luar itu, Younite juga menawarkan penjualan *theme chat* dan *sticker pack* secara terpisah dari fitur *Membership* bila pengguna memilih untuk tidak membeli paket tersebut. Younite juga menyediakan fitur untuk penyajian informasi tentang konser dan *event* K-Pop yang akan diselenggarakan di Indonesia selain daripada fitur yang telah disebutkan sebelumnya.

3.1.2 Market Persona

Market persona adalah sebuah representasi fiktif yang menggambarkan pelanggan ideal dari suatu usaha. Gambaran ini didasarkan pada riset dan penelitian yang mengumpulkan data untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang target pasar yang ingin dijangkau oleh usaha tersebut. Data atau informasi yang dipaparkan pada *market* persona mencakup gambaran demografis, perilaku, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi oleh persona tersebut (Wrike, 2022).

Market persona memiliki berbagai peran penting dalam pembuatan strategi suatu usaha. Dalam hal pengembangan produk, *market* persona dapat membantu merencanakan produk agar sesuai dengan kebutuhan target pasar dan memberikan solusi bagi masalah atau tantangan yang dihadapi oleh target tersebut. Di samping itu dari segi pemasaran, *market* persona membantu dalam pemilihan gaya bahasa yang sesuai pada konten promosi dan lainnya yang membantu usaha dalam menemukan target lainnya secara lebih luas. Berikut adalah gambaran *market* persona dari bisnis Younite:

USER PERSONA



Kim

- Umur : 20 Tahun
- Location : Jakarta
- Occupation : Mahasiswa / Intern, Fan Artist

Kim adalah seorang K-Popers, fan artist dan mahasiswa yang sedang magang di salah satu perusahaan besar di Jakarta. Ia selalu sibuk dan aktif mengerjakan pekerjaan magang dan tugas kuliahnya sekitar/ hampir 12 jam. Disela kesibukannya, Kim tetap mengikuti berita idolanya di media sosial dan membuat fan art hanya sekedar mencari hiburan. Saat ini ia ingin menjual fan merch nya untuk menambah uang jajan yang dapat membantunya menonton konser idola favoritnya dan menambah kenalan teman satu fandom, sehingga ia membutuhkan tempat untuk menjual produk fan merch nya yang sekaligus bisa berinteraksi dengan teman baru satu fandomnya.

GOALS

- Menemukan teman baru yang memiliki kesukaan pada Kpop idol yang serupa.
- Menemukan teman untuk menemaninya nonton konser Kpop
- Menemukan merch kpop idol kesukaannya.

MOTIVATIONS

- Aplikasi yang mudah digunakan oleh K-Popers dalam mencari berita seputar K-Pop
- Senang mendapatkan rekomendasi aplikasi yang dapat membantu mencari dan menjual fan merch
- Tempat yang nyaman bagi K-Popers untuk bertukar pendapat dan berkenalan satu dengan yang lain

NEEDS

- Membutuhkan cara untuk menemukan teman baru.
- Membutuhkan tempat yang menjual barang-barang kpop baik official ataupun fan merch.
- Membutuhkan tempat untuk bertukar pendapat dengan teman satu fandom

FRUSTATIONS

- Sulit untuk menemukan medium yang memberikan semua keinginan kpopers
- Pilihan aplikasi atau website untuk kpopers sangat terbatas
- Aplikasi yang tersedia kebanyakan sekedar informasi atau terbatas untuk warga Korea

Gambar 3.1 Target Market Persona Younite

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

3.2.1 Pengumpulan Data Kuantitatif

Dalam proses pengumpulan data, kelompok mengambil keputusan untuk menggunakan metode kuantitatif melalui media kuesioner. Kuesioner yang dimanfaatkan untuk pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui *Google Form* dan disebarakan kepada 100 responden yang diklasifikasikan sebagai calon pasar dari usaha. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang pengalaman, ketertarikan, dan gaya hidup dari para responden. Data ini akan digunakan sebagai data pendukung pada sisi *market size* serta pemilihan target *market* dalam perancangan aplikasi. Berikut adalah daftar-daftar pertanyaan yang dimuatkan dalam kuesioner:

Bagian I: Data Pribadi

- Nama
- Jenis Kelamin
- Umur
- Domisili

Bagian II: Ketertarikan pada K-Pop

- Apakah anda mengenal dan mengikuti K-Pop?
- Seberapa sering anda mendengarkan lagu K-Pop dalam sebulan?
- Apakah anda sering menonton *variety show* K-Pop?
- Seberapa sering anda mencari informasi tentang K-Pop di media sosial dalam sebulan?
 - Seberapa sering anda membeli *merchandise official* K-Pop dalam sebulan?
 - Seberapa sering anda membeli *fanmerch* K-Pop dalam sebulan?
- Apakah anda pernah mendatangi dan menonton konser K-Pop?
- Seberapa sering anda mendatangi *event* K-Pop?

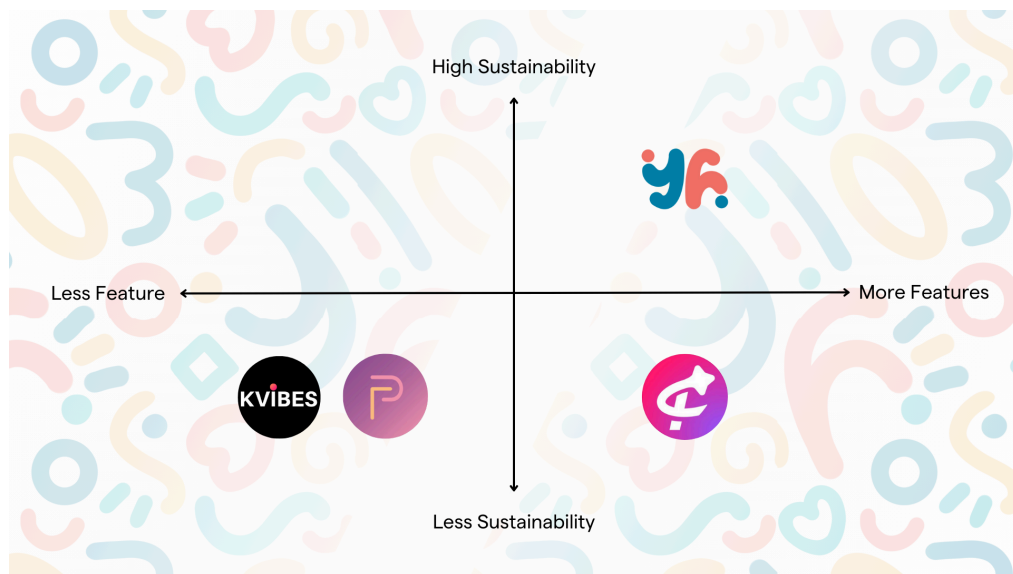
Bagian III: Teman Konser

- Apakah anda pernah kesulitan dalam mencari teman menonton konser?
- Bagaimana biasanya anda mencari teman konser?
- Jika ada sebuah aplikasi yang menyediakan fitur sebagai berikut.
 1. Komunitas grup-*fandom*
 2. Memberi informasi seputar dunia K-pop, *event* Kpop
 3. Dapat mencari teman untuk pergi ke konser bersama
 4. *Platform* untuk menjual *fanmerch* serta *preloved merchandise*

Apakah Anda akan tertarik untuk men-*download*-nya?

3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Younite bersaing dengan 3 kompetitor utama yang dijadikan sebagai titik pembandingan dalam perbandingan level bisnis *apple to apple*. Tiga kompetitor tersebut antara lain KVIBES, Fandol, dan Peanutopia. KVIBES dan Peanutopia berbasis *social media* dan *website*, sedangkan Fandol adalah sebuah *platform* jenis aplikasi. Berikut merupakan *positioning map* yang digunakan untuk menentukan posisi Younite dalam hubungannya bersama para kompetitor.



Gambar 3.2 *Brand Positioning Map*

Sebagai kompetitor dari Younite, masing-masing kompetitor memiliki keunggulan dan keunikannya tersendiri. Tabel di bawah ini menampilkan perbandingan antara Younite dengan masing-masing *brand* kompetitor.

Tabel 3.2 Tabel Perbandingan Kompetitor

Variabel Pemanding	YOUNITE	FANDOL	KVIBES	PEANUTOPIA
Layanan Fitur	<i>Group Chat</i> <i>Fandom</i> , Informasi <i>Event</i> dan Konser, Pencarian <i>Concert</i> <i>Buddy</i> , <i>Online Shop</i>	<i>Group Chat</i> <i>Fandom</i> , Info <i>Event</i> , <i>Merchandise</i> , Konten eksklusif artis	Media & Berita K-Pop, Seluruh Komunitas K-Pop, <i>Festival</i> K-Pop, <i>Group Whatsapp</i> <i>Fandom</i>	<i>Online marketplace</i> (<i>website</i>), Komunitas Peanut, <i>Event bazaar</i> <i>fanmerch</i> , Pengiriman Internasional
Marketing Strategies	<i>Endorsement</i> , Aplikasi, Media Sosial	<i>Endorsement</i> , Aplikasi, Media Sosial	Media Sosial	<i>Website</i> , Media Sosial
Price Structure	<i>Membership</i> Per bulan, Pembelian Produk, Proyek dan <i>Event</i>	Pembelian <i>Merchandise</i> & Konten Eksklusif	Berbasis Proyek/ <i>Event</i>	Pembelian Produk, Berbasis Proyek/ <i>Event</i>
<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Komunitas dan pasar K-Pop <i>Online</i> semua dalam satu aplikasi • Alat komunikasi untuk semua <i>fandom</i> • Tindakan <i>sustainable</i> yang membantu penggemar menjual produk K-Pop <i>preloved</i> layak dipakai 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Platform global</i> untuk idola dan penggemar • Berkomunikasi secara <i>real-time</i> dengan idola • Berita dan konten eksklusif artis 	<ul style="list-style-type: none"> • Komunitas K-Pop terbesar dan terluas • <i>Partnership</i> yang Beragam • Media & Berita K-Pop Tercepat • <i>Festival</i> K-Pop yang beragam 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketplace</i> yang menjadi tempat penjualan para <i>fan artist</i> Indonesia • Memudahkan pembeli Internasional membeli produk <i>fan artist</i> Indonesia • Menyelenggarakan <i>event</i>

	<ul style="list-style-type: none"> Membantu pencarian teman menonton konser dan informasi <i>event</i> 			<i>bazaar</i> produk <i>fanmerch</i> lokal
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Update</i> berita terlambat karena memastikan keaslian sumber Keperluan untuk memperluas <i>partnership</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Event yang dipromosikan dalam Fandol hanyalah acara <i>fandom</i> atau acara resmi dari kolaborasi Artis dengan Fandol Artis yang bergabung merupakan artis lokal 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak memiliki aplikasi Memiliki website yang tidak dipublikasikan dengan baik Terkadang terjadi misinterpretasi dari sebuah berita. 	<ul style="list-style-type: none"> Membatasi ketersediaan <i>brand (Fan artist)</i> Menggunakan mata uang <i>dollar</i> Kurangnya <i>update</i> produk <i>brand</i> pada <i>website</i>

Melihat tabel perbandingan bisnis Younite dengan 3 kompetitornya lainnya yaitu Fandol, KVIBES, dan Peanutopia, ditemukan keunggulannya masing-masing. Namun, Younite sebagai *one stop solution* ingin menggabungkan seluruh keunggulan tersebut di dalam satu aplikasi yang juga menawarkan kemudahan aksesibilitas dan *user-friendly*.

3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

3.4.1 Studi Eksisting

Fandol merupakan salah satu platform *digital* yang berkonsep mirip dengan Younite, yakni sebuah aplikasi mobile yang bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi antara artis dan penggemar. Aplikasi Fandol dibangun oleh Limelight Technology Company Limited pada tahun 2023, berlandaskan di Hongkong, Jakarta, Seoul, dan Dubai. Fandol bertujuan untuk menjembatani pengguna dalam berkomunikasi bersama idolanya dan penggemar lainnya secara global melalui berbagai fitur yang tersedia

dalam aplikasi, seperti mendapatkan konten eksklusif artist, *merchandise digital* dan *live streaming*.

Aplikasi Fandol menyajikan konten yang sangat beragam karena Fandol tidak hanya bekerja sama dengan artis K-Pop, tetapi juga dengan sejumlah artis di luar Korea termasuk beberapa artis dari Indonesia. Fandol juga menyelenggarakan *event-event*, seperti *giveaway* dan penawaran spesial diskon *official merchandise*. Namun, *event* yang dipromosikan dalam Fandol terbatas pada acara fandom atau acara resmi dari kolaborasi Artis dengan Fandol. Selain itu, Fandol juga tidak menjual produk *fanmade* dari *fan artist* dan *preloved merchandise* idola. Lewat Fandol, Younite dapat mengevaluasi kemampuan pesaingnya sebagai gambaran persiapan untuk memasuki pasar Indonesia. Analisis SWOT Younite dalam menentukan strategi *market entry* dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Platform global</i> untuk idola dan penggemar. ● Alat komunikasi secara <i>real-time</i> dengan idola dan penggemar lain. ● Memiliki sistem <i>backend</i> untuk artis, sehingga penggemar tidak dapat sembarangan menghubungi artis. ● Bekerjasama dengan beberapa agensi artis, sehingga mendapatkan konten eksklusif dan <i>live streaming</i> artis. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Event yang dipromosikan dalam Fandol hanya untuk acara <i>fandom</i> atau acara resmi dari kolaborasi Artis dengan Fandol ● Hanya fokus pada penjualan <i>official merchandise</i>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> ● Belum ada aplikasi K-Pop yang 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fandol berpotensi menjadi <i>Top of</i>

<p>memfokuskan kebutuhan informasi, komunikasi dan hiburan berbagai komunitas penggemar di Indonesia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fitur <i>online shop</i> Younite membantu tindakan <i>sustainable</i> yang memungkinkan penggemar menjual produk K-Pop bekas yang masih layak dikoleksi dan produk <i>official merchandise</i> yang jumlahnya berlebih. • <i>Group</i> komunitas penggemar K-Pop sesuai <i>fandom</i> memudahkan interaksi dan mencari informasi K-Pop (mencari teman baru, teman menonton konser dan <i>event fan project</i>). • Fitur <i>find concert buddy</i> dan penjualan barang <i>preloved</i> serta <i>fan merch</i> dari <i>fan artist</i> lokal tidak tersedia di aplikasi Fandol. • Aplikasi khusus K-Pop yang memiliki sumber informasi berita K-Pop terpercaya. 	<p><i>Mind</i>” sebagai komunitas penggemar secara <i>global</i> yang dapat menjembatani seluruh <i>fandom</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Younite memiliki fitur <i>online shop</i> yang terkendala dalam meyakinkan pengguna untuk berpindah <i>platform</i> dari Shopee atau Tokopedia. • Kehadiran fitur komunitas dan partnership K-Pop pada Fandol yang besar dan luas menjadi kendala bagi kelangsungan komunitas penggemar K-Pop Younite karena komunitas dapat berinteraksi langsung dengan idola. • Tingkat keterpercayaan fitur <i>find concert buddy</i> Younite dalam mencari teman konser kurang meyakinkan pengguna terhadap informasi tentang penggemar lain yang ikut serta dalam konser. • Validitas sumber berita K-Pop, menghambat <i>update</i> berita yang cepat karena harus mempertimbangkan keterpercayaan sumber.
---	---

3.4.2 Studi Referensi

Untuk membuat aplikasi yang berfokus pada K-Pop dan budaya Korea Selatan, kelompok melakukan studi referensi pada berbagai media *online* yang memiliki kemiripan tema, bidang, atau fitur yang tersedia di

Younite. Berikut adalah beberapa studi referensi yang dipelajari oleh kelompok:

1. Weverse

Weverse merupakan sebuah aplikasi K-Pop yang berasal dari Korea Selatan yang memungkinkan penggemar untuk berinteraksi langsung dengan idolanya. Salah satu aspek yang menjadi keunikan dari Weverse adalah ketersediaan fitur pada *platform* di mana penggemar dapat berkomunikasi dengan idola kegemarannya secara langsung. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa aspek dari Weverse yang dievaluasi sebagai referensi dalam perancangan aplikasi Younite:

- Visi dan Misi

Weverse adalah aplikasi K-Pop berbasis *web* Korea yang secara langsung berkoneksi pada idola K-Pop di Korea. Weverse memiliki visi dan misi yang berfokus pada penyediaan konten gratis serta menjadi media komunikasi antara penggemar dengan idolanya (Weverse, 2024). Melihat visi dan misi dari Weverse, kelompok merasa terinspirasi untuk merancang visi dan misi Younite yang serupa karena tujuan yang dimiliki oleh Younite sendiri pun serupa dengan Weverse. Younite ingin menjadi *platform* yang dapat diakses secara gratis oleh semua penggemar dan menyediakan fasilitas untuk berkumpul dalam komunitas serta berkomunikasi bersama. Namun, Younite memiliki perbedaan dimana fokusnya lebih kepada kemudahan komunikasi antara sesama penggemar K-Pop.

- Logo

Logo Weverse menggunakan jenis huruf *script* yang dirancang khusus untuk aplikasi tersebut. Logo Weverse

memiliki dua versi *logo*, yaitu versi *logotype* "Weverse" dan *logo* huruf "W" yang diadaptasi dari versi *logotype* tersebut. Kedua versi logo ini digunakan sebagai keperluan identitas dari aplikasi, seperti ikon aplikasi *mobile* di ponsel, *loading page* saat *user* membuka aplikasi, dan *logo* yang terdapat pada *home page* aplikasi. Inspirasi dari *logo* aplikasi Weverse dijadikan sebagai inspirasi bagi Younite untuk membuat logo aplikasi Younite yang serupa, dengan menampilkan logo huruf "Y".

- *Company Value*

Weverse sebagai sebuah *platform* hiburan berbasis aplikasi memercayai bahwa akses terhadap konten-konten K-Pop harus disediakan secara mudah. Prinsip utama Weverse adalah memberikan pengalaman kepada penggemar untuk menikmati setiap momen bersama idola kegemaran mereka dalam komunitas penggemar secara *global*. Weverse pun telah menjadi salah satu aplikasi K-Pop terkemuka secara *global* akibat fitur yang dapat dinikmati secara mudah dalam *platform*-nya. Younite pun ingin mengadopsi prinsip yang digunakan Weverse, yaitu untuk membuat semua konten dalam Younite mudah diakses dan gratis bagi semua pengguna.

Selain aspek-aspek yang sudah dijelaskan sebelumnya, terdapat 2 fitur menarik lainnya dalam aplikasi Weverse. Pertama adalah fitur "Live" yang memungkinkan idola untuk berkomunikasi langsung dengan penggemar mereka. Penggemar dapat menyaksikan dan berinteraksi secara langsung dengan idola mereka melalui fitur "Live" ini. Selain itu, Weverse juga menyediakan informasi lengkap tentang segala hal yang terjadi di Korea Selatan, termasuk informasi tentang K-Drama, jadwal konser, dan tanggal rilis lagu

baru dari para idola karena merupakan salah satu *platform* yang memang digunakan secara langsung oleh para idola K-Pop disana.

2. Shopee

Shopee adalah *platform e-commerce* dari Singapura yang kini telah dikenal di seluruh dunia karena membantu penjual mempercepat atau membangun bisnis mereka. Berikut merupakan aspek-aspek dari Shopee yang digunakan sebagai referensi bagi Younite:

- Tujuan Pendirian

Sejak awal berdirinya Shopee, tujuannya adalah untuk membuat penjual dan pembeli terhubung dalam satu *platform*. Hal ini menjadi kunci utama Younite dalam membangun fitur *Online Shop* dimana pemilik atau penjual UMKM K-Pop dapat dipertemukan dengan beragam jenis produk yang memang dikhususkan untuk K-Pop.

- Visi dan Misi

Shopee membangun visi misi perusahaannya untuk memperkuat citranya dengan membangun *platform marketplace* yang baik dan kredibel. Salah satu visi dan misi yang dimiliki Shopee adalah untuk membangun *platform* yang dapat mengubah dunia menjadi lebih baik lewat penggunaan teknologi yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli dalam sebuah komunitas (Pali, 2023). Melihat visi dan misi dari Shopee, Younite juga ingin menawarkan *platform* aplikasi perantara yang berkomitmen untuk melayani dan memenuhi kebutuhan pengguna.

- Company Value

Sebagai sebuah *platform* yang sepenuhnya bergantung pada kemajuan teknologi saat ini, Shopee memercayai bahwa

kekuatan teknologi yang semakin berkembang saat ini dapat diandalkan agar Shopee dapat berfungsi sebagai media yang membantu pembeli dan penjual menjalin hubungan dalam transaksi jual-beli (Shopee, 2024). Melihat ini, Younite melakukan analisis dan studi referensi lebih terhadap Shopee karena tujuan dan nilai bisnis yang dimilikinya serupa dengan apa yang ingin dibangun oleh Younite.

- *Business Administration*

Younite menganalisa cukup dalam mengenai Shopee dan menjadi referensi dalam penentuan biaya administrasi untuk fitur toko *online* karena Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Sejak awal berdirinya bisnis Shopee, biaya administrasi dari bisnis telah jauh meningkat. Shopee menetapkan persentase biaya administrasi atau layanan berdasarkan harga barang yang dijual. Di tahun 2024, Shopee menetapkan 6%, 4%, dan 3,5% dari biaya administrasi sebagai bentuk penerima keuntungan dalam bisnisnya (Shopee, 2024). Melihat hal ini, Younite mempertimbangkan sistem penetapan dan persentase biaya administrasi yang akan diterapkan pada fitur Online Shop di aplikasi Younite.

3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa

Terdapat dua sumber pendapatan keuntungan dari aplikasi Younite yaitu pembayaran biaya layanan atau dengan penjualan paket *Membership*. Biaya layanan yang akan dikenakan hanya akan berlaku bagi pengguna aplikasi yang memanfaatkan fitur penjualan di *Marketplace* dengan produk apapun. Biaya ini memungkinkan Younite untuk menerima keuntungan sebesar 10% dari setiap transaksi yang terjadi, yaitu biaya penjualan admin. Setiap aplikasi *e-commerce*

seperti Shopee juga menerapkan sistem biaya layanan yang disesuaikan dengan kategori produk yang dijual di aplikasinya sehingga penetapan persenan ini bersifat standar (Shopee, 2024). Penentuan ini juga didasarkan oleh harga barang yang ditentukan dan biasanya barang-barang yang terkait dengan K-Pop relatif memiliki harga yang tinggi. Pihak Younite sebagai *middleman* antara penjual dan pembeli tidak ikut serta dalam penentuan harga produk yang dijual pada Marketplace, melainkan berada di tangan masing-masing penjual.

Salah satu produk resmi dari Younite adalah paket *Membership* yang terbagi ke dalam 4 pilihan paket dengan rentang waktu yang berbeda. Setiap akun yang membeli paket *Membership* dalam aplikasi Younite akan memperoleh keuntungan tambahan seperti adanya *badge VIP*, hilangnya iklan pada aplikasi, *early access* kepada *event*, gratis *theme chat* dan gratis satu *sticker pack* pada fitur *Chatroom*. Harga *Membership* Younite ditetapkan sebesar Rp. 19.000,00 per bulannya. Selain itu, Younite juga menyediakan paket *Membership* lainnya dengan rentang waktu 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan sehingga total paket yang tersedia adalah 4 jenis. Penetapan harga ini diperoleh setelah proses analisis segmentasi dan melihat referensi aplikasi yang memiliki fitur serupa seperti YouTube dan Netflix. Pengguna dapat membeli kembali paket *Membership* jika rentang waktu sudah habis.

3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa

Sebuah rangkaian metode perlu diterapkan sebagai proses perwujudan sebuah produk atau layanan. Hal ini berguna demi keberlangsungan perancangan yang lancar dan hasil yang terjamin kualitasnya. Selain itu, hal ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa hasil dari produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan target pasar yang sebelumnya sudah ditemukan lewat riset. Oleh karena itu, Younite menjalankan perancangan dengan tahapan-tahapan agar dapat menghasilkan kualitas yang maksimal dengan penggunaan biaya produksi yang masih dalam range kelompok.

Perancangan Younite didasari oleh metode yang diambil dari Robin Landa dari bukunya *5 Phases of Design Graphic Process 4th Edition* (2011). Disebutkan dalam buku ini bahwa metode perancangan terdiri dari 5 tahap, yaitu tahap-tahap berikut:

1. Orientation

Tahap pertama adalah *Orientation* yaitu pengumpulan data yang diperlukan untuk proses perancangan. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan dalam proses perancangan Younite adalah penyebaran kuesioner dalam usaha pencarian data mengenai *target market* Younite. Data sekunder yang digunakan dalam proses perancangan Younite didapatkan dari pengumpulan data yaitu riset dan referensi secara *online* dari Google.

2. Analysis and Strategy

Tahap kedua adalah *Analysis* dan *Strategy* yaitu tahap menganalisis informasi yang telah dikumpulkan dari tahap sebelumnya untuk menentukan sebuah strategi sehingga dapat memiliki penggambaran untuk melanjutkan perancangan kedepannya. Perancangan Younite pada tahap ini dilakukan dengan membuat ringkasan dari hasil riset dan referensi lalu berdiskusi bersama akan penemuan yang ada sehingga hasil akhir yang didapatkan dapat mengarahkan pada penentuan konsep yang diinginkan selanjutnya.

3. Concepts

Tahap ketiga adalah *Concepts* yaitu tahap dimana hasil dari tahap sebelumnya akan diambil kesimpulannya ke dalam poin-poin utama yang akhirnya dijadikan landasan utama dalam perancangan. Selanjutnya, poin-poin tersebut dikumpulkan bersama di dalam bentuk *brand guidelines* dan *pitch deck*. *Brand guidelines* lebih berfokus kepada referensi dan konsep visual yang akan digunakan dalam perancangan Younite, sedangkan *pitch deck* lebih berfokus kepada informasi riset dan

perancangan solusi hingga bisnis dari Younite. Dari riset kelompok yang sebelumnya sudah dilakukan, Younite memiliki pemikiran yang menjadi acuan dalam perancangan *copywriting*, UI dan UX aplikasi Younite yaitu brand idea yang berbunyi “*a place for fandoms filled with togetherness and youthfulness*”.

4. *Design*

Tahap keempat adalah *Design* yaitu tahap menerapkan hasil riset dan gagasan yang telah ditemukan sebelumnya dalam proses menghasilkan sebuah wujud desain. Hasil riset membawakan penentuan bahwa Younite akan dirancang dengan UI yang membawakan keceriaan dan suasana menyenangkan untuk orang-orang dari berbagai usia dan *gender*. Sementara itu, UX Younite akan mudah untuk dipahami dan dinavigasi guna memenuhi kebutuhan segala *user*.

5. *Implementation*

Tahap terakhir adalah *Implementation* yaitu pengimplementasian hasil *final* dari desain kepada target pasar yang dituju yang terwujudkan dalam bentuk produk dan layanan. Younite akan melakukan *Alpha Testing* dari hasil yang sudah tersedia kepada orang-orang yang termasuk dalam target pasar yaitu remaja akhir sampai dewasa muda berusia 16-25 tahun di Jabodetabek yang sangat menyukai budaya K-Pop. Tahap ini dilakukan agar memastikan bahwa hasil perancangan yang dilakukan sudah sesuai dengan target pasar sekaligus mendapatkan *feedback* apabila ada keluhan atau saran yang dapat dilakukan perbaikannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

BAB IV

PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI YOUNITE

4.1 *Timeline* dan Tahapan Perancangan *Prototype* Aplikasi Younite

Dalam proses perancangan *copywriting* dan UI/UX Younite, penulis menjabarkan alur perancangan tersebut yang menyesuaikan *timeline* perancangan *prototype* aplikasi Younite:

Tabel 4.1 Tabel *Timeline* Perancangan *Prototype* Aplikasi Younite

	Februari				Maret				April				Mei				Juni	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Memahami konsep <i>brand</i> (Ide Bisnis, Permasalahan, Solusi)																		
Menentukan fitur yang menarik																		
Menganalisa target audiens																		
Perancangan <i>prototype</i> aplikasi																		
Revisi 1 dan Penyempurnaan																		
Pengujian fitur aplikasi 1 (<i>Beta Testing</i>)																		

	(29 Januari - 7 Februari 2024)	<i>Brainstorming</i>	pembahasan ide bisnis yang meliputi penentuan nama, <i>defining the problem</i> dan perencanaan ide solusi yang dapat ditawarkan.
3	III (12 - 16 Februari 2024)	BUSINESS IDEATION <i>Finalization</i>	Melakukan bimbingan dengan Supervisor untuk pembahasan mengenai <i>problem</i> dan <i>solution</i> yang sudah direncanakan kelompok, dilanjut dengan diskusi bersama kelompok untuk pembahasan mengenai pengoptimalan menyeluruh dari ide bisnis, seperti <i>Setting Metrics, Customer Development, dan Value Proposition Canvas</i> .
4	IV (13 - 23 Februari 2024)	ANALISA MARKET OPPORTUNITY Menelusuri target <i>user</i>	Menganalisa <i>Market Opportunity</i> dari Younite untuk penentuan demografis, geografis, psikografis, dan perilaku dari target <i>user</i> .
5	V (26 Februari - 18 Maret 2024)	MOCK UP PROTOTYPE APPLICATION	Mengajukan ide-ide fitur dalam aplikasi dan menyusun desain <i>layout</i> aplikasi, serta navigasi aplikasi bersama dengan kelompok.
6	VI (19 - 25 Maret 2024)	PERSIAPAN EVALUASI I Finalisasi <i>pitch deck</i> Younite dan latihan Evaluasi 1 dengan kelompok	Mempersiapkan <i>pitching</i> bersama kelompok, meliputi penyusunan finalisasi <i>pitch deck</i> dan <i>prototype</i> aplikasi.

7	VII (29 Januari - 25 Maret 2024)	LAPORAN MBKM BAB I - BAB III Penyusunan laporan individu	Menyusun laporan Bab I hingga Bab III bersama kelompok, dilanjut dengan melakukan parafrase isi laporan sesuai dengan hasil penulisan pribadi.
8	VIII (18 - 26 Maret 2024)	EVALUASI 1 Melakukan presentasi <i>pitch deck</i> / UTS bersama Skystar Ventures	Menjalani Evaluasi 1 dari pihak Supervisor yaitu mengikuti <i>trivia quiz</i> secara <i>online</i> dan presentasi <i>pitch deck</i> secara tatap muka, dan dari pihak Advisor yaitu mengumpulkan laporan Bab I hingga Bab III pada <i>website</i> Merdeka.
9	IX (3 April - 8 Mei 2024)	BETA TESTING Melakukan pengujian fitur dalam <i>prototype</i> aplikasi	Melaksanakan <i>beta testing</i> dengan menyebarkan <i>form</i> survei penilaian <i>prototype</i> awal Younite kepada responden melalui media sosial.
10	X (30 April - 3 Mei 2024)	PERANCANGAN STRATEGI MARKETING <i>Content planning</i>	Melakukan revisi <i>prototype</i> sesuai <i>feedback</i> lalu kelompok merencanakan strategi pemasaran yang cocok untuk diterapkan Younite agar dapat menggapai target user.
11	XI (6 - 18 Mei 2024)	PERANCANGAN & PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING Produksi konten minggu 1-2	Memproduksi konten Instagram untuk minggu 1 hingga minggu 2 bersama Jacqueline Juliana sebagai <i>Art & Creative Director</i> , sesuai <i>content planner</i> yang telah dibuat Michelle Vannesa sebagai <i>Content Marketing</i> , mengedit desain konten Instagram oleh Janice Dwi sebagai <i>Creative Marketing Director</i> , dan

			membuat <i>copywriting</i> serta pengunggahan konten bersama Chrysantha Edeline sebagai <i>Copywriter</i> .
12	XII (20 - 31 Mei 2024)	PERANCANGAN & PELAKSANAAN STRATEGI <i>MARKETING</i> Produksi konten minggu 3-4	Melanjutkan produksi dan mengunggah konten Instagram untuk minggu ke-3 hingga ke-4, mengedit desain konten dan <i>copywriting</i> .
13	XIII (17 - 26 Mei 2024)	<i>ALPHA TESTING</i> Melakukan pengujian fitur <i>prototype</i> aplikasi yang telah direvisi setelah <i>beta testing</i>	Melaksanakan <i>alpha testing</i> dengan pengumpulan responden secara <i>offline</i> untuk menilai <i>prototype</i> Younite sebelum revisi tahap <i>final</i> .
14	XIV (21-28 Mei 2024)	EVALUASI <i>ALPHA TESTING</i> Menganalisa hasil <i>alpha testing</i> dan melakukan revisi <i>prototype</i> aplikasi	Merevisi <i>prototype</i> sesuai <i>feedback</i> responden dari <i>alpha testing</i> dan menambahkan beberapa <i>page</i> fitur untuk melengkapi <i>prototype</i> .
15	XIV (27-28 Mei 2024)	PERSIAPAN EVALUASI 2 Mempersiapkan <i>prototype exhibition</i> , menyempurnakan <i>pitch deck</i> , melakukan latihan <i>pitching</i> dan menyusun laporan BAB IV s.d. BAB V	Merencanakan desain <i>booth exhibition showcase prototype</i> , melakukan bimbingan bersama dosen Supervisor dan Advisor, memperbaiki revisi dan melakukan finalisasi bisnis.
16	XV (27-28 Mei 2024)	EVALUASI 2 Melaksanakan <i>prototype exhibition</i> dan <i>pitching</i> / UAS	Melakukan <i>pitching</i> dan mengikuti <i>exhibition prototype</i> secara <i>offline</i> di UMN dan menyelesaikan laporan individu untuk evaluasi 2.

		bersama Skystar Ventures di UMN	
--	--	------------------------------------	--

4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa

Dalam proses perancangan aplikasi Younite sebagai aplikasi yang menyediakan kebutuhan bagi penggemar K-Pop, setiap anggota kelompok memberikan kontribusinya masing-masing secara kerja sama hingga mendapatkan hasil yang ingin dicapai. Berikut adalah uraian dari tugas dan tahap perancangan aplikasi Younite.

- **Perancangan *Brief Prototype Produk/Jasa***

Menggunakan media Line Call, kelompok bergabung untuk mengusulkan ide bisnis awal hingga akhirnya bersepakat pada topik yang berhubungan dengan K-Pop. Selanjutnya, kelompok melakukan eksplorasi, riset di media sosial, dan bertukar pengalaman pribadi akan permasalahan yang dihadapi penggemar K-Pop untuk memvalidasikan ide bisnis. Proses perancangan brief untuk ide bisnis Younite dapat diakses melalui tautan berikut: (<https://bit.ly/idebisnismbkm>).

- **Analisa *Market Size***

Setelah penentuan ide bisnis Younite, kelompok melanjutkan ke tahap analisa *market size* yang disesuaikan dengan TAM, SAM, SOM untuk penentuan target *user* sesuai demografis, psikografis, geografis, dan perilaku untuk membantu dalam proses perancangan *prototype* aplikasi. Analisa ini bertujuan untuk mengetahui besarnya tingkat antusiasme dari masyarakat akan K-Pop, melihat jumlah penggemar yang berminat untuk membangun atau berbelanja pada bisnis UMKM K-Pop, meliputi kegiatan jual beli *official merchandise*, *preloved merchandise*, dan *fanmade merch*. Hasil analisa yang didapatkan berupa TAM dengan angka 34,7 juta dari jumlah usia 15-25 tahun yang merupakan rentang usia K-Popers terbanyak di Indonesia. Selanjutnya, ada SAM sebanyak 2,422,523 yang tertuju pada

K-Popers usia 15-25 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Terakhir, SOM mengambil 15% dari SAM yaitu kurang lebih sekitar 363,000 yang kemudian dijadikan sebagai segmentasi *potensial user* Younite, meliputi masyarakat Indonesia berusia 15-25 tahun berdomisili di Jabodetabek yang memiliki ketertarikan untuk membeli *merchandise*, datang ke konser K-Pop, dan memanfaatkan waktu senggang untuk *browsing* internet dan sosial media.

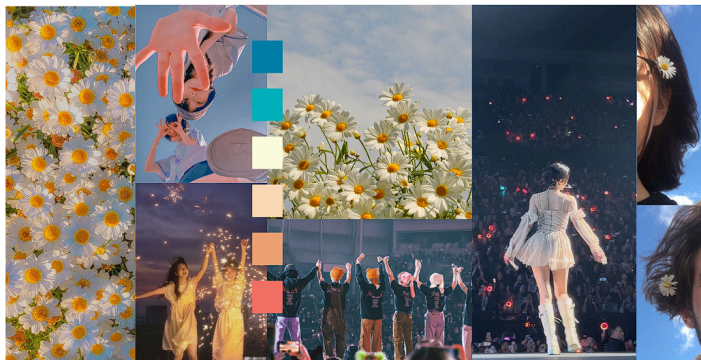
- ***Mindmapping dan Brainstorming***

Tahap *Mindmapping* dan *brainstorming* dilakukan bersama kelompok dengan media Google Docs untuk tujuan penentuan ide bisnis yang akan dijalankan. Setiap anggota menyalurkan ide masing-masing mengenai K-Pop sebagai perluasan ide bisnis, meliputi ide desain, fitur dalam aplikasi, dan kegiatan dalam K-Pop. Setelah bersepakat dengan ide bisnis, kelompok melanjutkan diskusi untuk penentuan tujuan bisnis berikut juga dengan nama bisnis yang sesuai. Kelompok mengumpulkan beberapa alternatif nama hingga akhirnya nama Younite disepakati sebagai nama dari bisnis yang dirancang.

- ***Moodboard***

Moodboard dirancang sebagai visual dan referensi bagi perancangan identitas visual Younite. Berikut merupakan hasil *moodboard* yang telah dirancang untuk Younite.

MOODBOARD



Gambar 4.1 *Moodboard* Younite

Moodboard yang dirancang terdiri dari kumpulan foto yang menggambarkan suasana yang diinginkan dari kelompok, meliputi warna, *tone of voice*, dan *imagery* untuk Younite. Sebagai contoh, *imagery* yang digunakan menyimbolisasikan visi dan misi Younite yang berfokus sebagai penghubung para penggemar K-Pop di Indonesia. Selain itu, warna putih dan kuning serta bunga *daisy* memaknakan pertemanan dan kebahagiaan. *Imagery* yang dicantumkan seperti foto konser menggambarkan fungsi fitur utama dari aplikasi Younite yang membantu penggemar K-Pop menemukan teman menonton konser bersama.

Dalam segi warna, *color palette* yang dipilih meliputi warna biru *tosca*, *pink salmon*, kuning *pastel*, dan hijau *tosca* sebagai warna primer Younite. Hasil riset psikologi warna menunjukkan bahwa biru *tosca* melambangkan kesenangan masa muda atau *youthfulness*, *pink salmon* melambangkan kebersamaan, dan kuning *pastel* melambangkan rasa kebahagiaan yang besar, serta hijau *tosca* melambangkan kedamaian dan ketenangan.

- **Perancangan Desain**

Tahap perancangan desain dimulai dari pembuatan *logo* dimana kelompok ingin menciptakan *logo* yang mencerminkan kesenangan dan memiliki unsur budaya K-Pop. Hal ini dikarenakan kelompok menginginkan aplikasi ini dapat digunakan oleh seluruh masyarakat tanpa batasan usia maupun jenis kelamin. Untuk menggambarkan unsur K-Pop, terdapat ide untuk membuat *logo* dengan teknik ambigram yang terinspirasi dari bendera Korea, *Taeguk*, juga mengambil filosofi bentuk yin dan yang. Setiap anggota kelompok terlibat secara aktif dalam proses perancangan desain Younite, yang mencakup:

a. Perancangan *logo*

Proses perancangan *logo* dilakukan oleh **Janice (00000054056)** yang dimulai dari pembuatan sketsa alternatif, melakukan beberapa revisi setelah mendapatkan pertimbangan dari kelompok, hingga difinalisasikan dan ditetapkan menjadi *logo*.

b. Proses pemilihan *color palette*

Pencarian warna dilakukan oleh **Jacqueline (00000054808)**, **Janice (00000054056)** dan **Michelle (00000053620)** kemudian pemilihan warna akhir ditetapkan oleh seluruh anggota kelompok.

c. Pembuatan *supergraphic* dan desain *pitch deck*

Dirancang oleh **Jacqueline (00000054808)** mengikuti *tone of voice* dari Younite.

d. Pembuatan UI/UX

Dirancang oleh **Chrysantha (00000055322)** dan **Michelle (00000053620)** mengikuti referensi, *moodboard*, serta *tone of voice* dari Younite.

- **Penentuan Ide Bisnis**

Ide bisnis awal dari kelompok didasari oleh permasalahan-permasalahan yang dihadapi sebagai penggemar K-Pop. Permasalahan tersebut meliputi banyak hal seperti susahnya untuk berkoneksi antar sesama penggemar dengan minat yang serupa sehingga menyulitkan bagi penggemar untuk melakukan kegiatan bersama seperti mencari teman menonton konser atau menghadiri *event* K-Pop bersama. Masalah lain yang ditemukan adalah kesulitan bagi penggemar yang memiliki bisnis K-Pop untuk menemukan target yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dari masalah-masalah tersebut, kelompok menjadikannya sebagai patokan dalam perancangan bisnis. **Jacqueline (00000054808)** dan **Janice (00000054056)** melakukan proses riset mengenai masalah, target market, dan lain-lain yang bertujuan untuk memperkuat ide bisnis Younite sekaligus sebagai informasi yang akan dimasukkan dalam konten *pitch deck*.

- **Pembuatan *Pitch Deck***

Pengumpulan hasil riset Younite dimasukkan sebagai isi konten dari *pitch deck* Younite. Sebelum memasukkan ke dalam *pitch deck*, kelompok melakukan pengecekan konten atau informasi tersebut terlebih dahulu bersama pembimbing pihak Skystar Ventures. Dalam proses perancangan dan desain *pitch deck*, kelompok menggunakan media Canva. Di tahap awal, **Jacqueline (00000054808)** membuat beberapa desain dasar untuk

memberi gambaran konsep *pitch deck* yang ingin dicapai diikuti beberapa *input* dari kelompok. Setelah itu, perancangan desain *pitch deck* dilanjutkan oleh kelompok mengikuti desain *final* yang telah disetujui bersama.

- **Pembuatan UI/UX dari Aplikasi Younite**

Perancangan dan pengembangan *prototype* aplikasi Younite dilakukan oleh **Chrysantha (0000055322)** dan **Michelle (0000053620)** yang berperan sebagai UI/UX desainer dalam kelompok. Proses perancangan *prototype* ini dimulai dari pembuatan *information architecture*, *flow chart*, *low fidelity*, *high fidelity*, hingga *navigation prototyping*. Desain pada aplikasi dibuat berdasarkan kesepakatan bersama yang sesuai dengan *design system* Younite, meliputi *tone of voice*, *big/brand idea*, *icon*, *buttons*, dan *color palette*, serta *typography*.

Color palette yang digunakan pada UI aplikasi disesuaikan dengan *moodboard* yang disepakati, meliputi warna primer Younite yaitu warna biru *tosca*, merah *salmon*, kuning *pastel*, hijau *tosca*. Hasil riset psikologi warna menunjukkan bahwa biru *tosca* melambangkan kesenangan masa muda atau *youthfulness*, *pink salmon* melambangkan kebersamaan, dan kuning *pastel* melambangkan rasa kebahagiaan yang besar, serta hijau *tosca* melambangkan kedamaian dan ketenangan. Dalam segi *typography* pada UI aplikasi, kelompok menyetujui penggunaan *typeface* sans-serif karena mempermudah *user* dalam membaca teks, cocok untuk digunakan pada media *digital*, dan menciptakan kesan simplisitas serta keramahan bagi *user*.

- **Revisi Pitch Deck**

Ada beberapa revisi yang dilakukan dalam *pitch deck* Younite setelah mendapatkan masukan dari Supervisor - Skystar Ventures, yaitu revisi mayor yang meliputi hasil riset dan perhitungan target market serta revisi minor berupa isi dan urutan konten *pitch deck*.

- **Revisi Prototype**

Prototype dikembangkan kembali setelah mendapatkan masukan dari Supervisor - Skystar Ventures untuk mempersiapkan *prototype* hingga maksimal yakni memiliki fitur UX yang lengkap. agar *prototype* sudah dapat dicoba oleh *user* pada evaluasi pertama.

- **Finalisasi**

Finalisasi dari *prototype* Younite dibagi menjadi 2 tahap, yaitu *beta testing* dan *alpha testing* dengan target responden yang berbeda. Kedua tahap ini bertujuan untuk mendapatkan penilaian dan *feedback* mengenai tampilan keseluruhan dan *user experience* saat mencoba *prototype*. Setelah mendapatkan kritik dan saran, kelompok melakukan *review* dan revisi pada *prototype* sehingga layak untuk digunakan pada saat *exhibition showcase prototype* dan evaluasi akhir.

4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan *Prototype* Aplikasi dan Promosi Younite

Perancangan Younite dikerjakan secara kolaboratif antara setiap anggota kelompok yang memiliki peran berbeda dari bulan Februari hingga Juni 2024. Setiap anggota mengerjakan perannya masing-masing untuk dapat memproduksi *prototype* aplikasi dengan hasil yang memuaskan. Sebagai penanggung jawab atas *copywriting* dan UI/UX, penulis berkontribusi dalam berbagai macam hal yang diaplikasikan dalam Younite. Berikut ini merupakan uraian mengenai peran penulis dalam proses perancangan Younite.

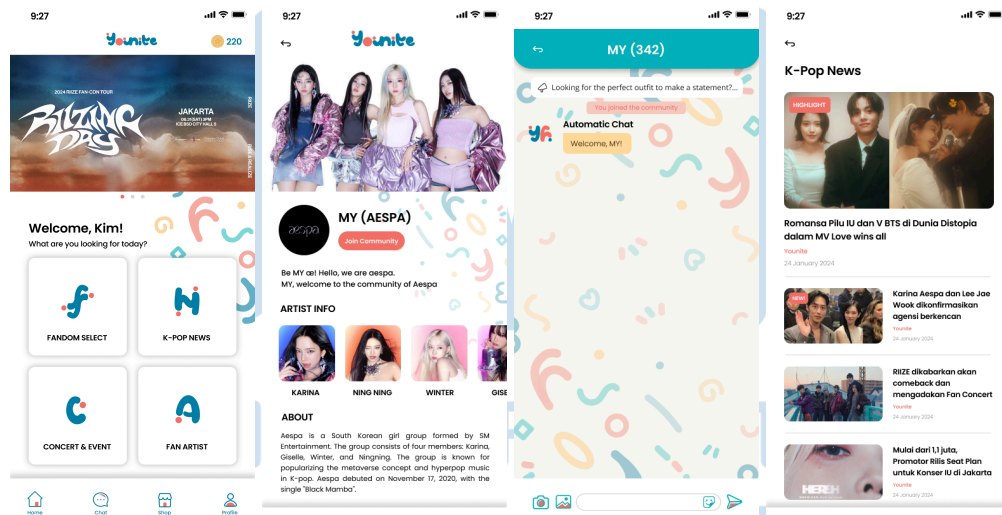
4.3.1 *Business Ideation*

Dalam tahap awal merancang ide bisnis, seluruh anggota kelompok turut memberikan ide masing-masing untuk berdiskusi bersama. Ide yang penulis berikan adalah sebuah *platform* yang memudahkan orang untuk mencari teman menonton konser atau festival musik dikarenakan maraknya acara-acara tersebut pada masa kini. Ide ini kemudian dikemas menjadi salah satu fitur dalam aplikasi Younite yaitu “*find concert buddy*” dimana *user* Younite dipermudah dalam pencarian teman menonton konser

atau event K-Pop bersama. Dalam riset perancangan ide bisnis, penulis membuat *user journey map* yang menjadi bagian dalam riset pribadi kelompok karena bagian ini pada akhirnya tidak perlu dimasukkan ke dalam *pitch deck*. Selain itu, penulis juga ikut serta dalam pengisian *business model canvas*.

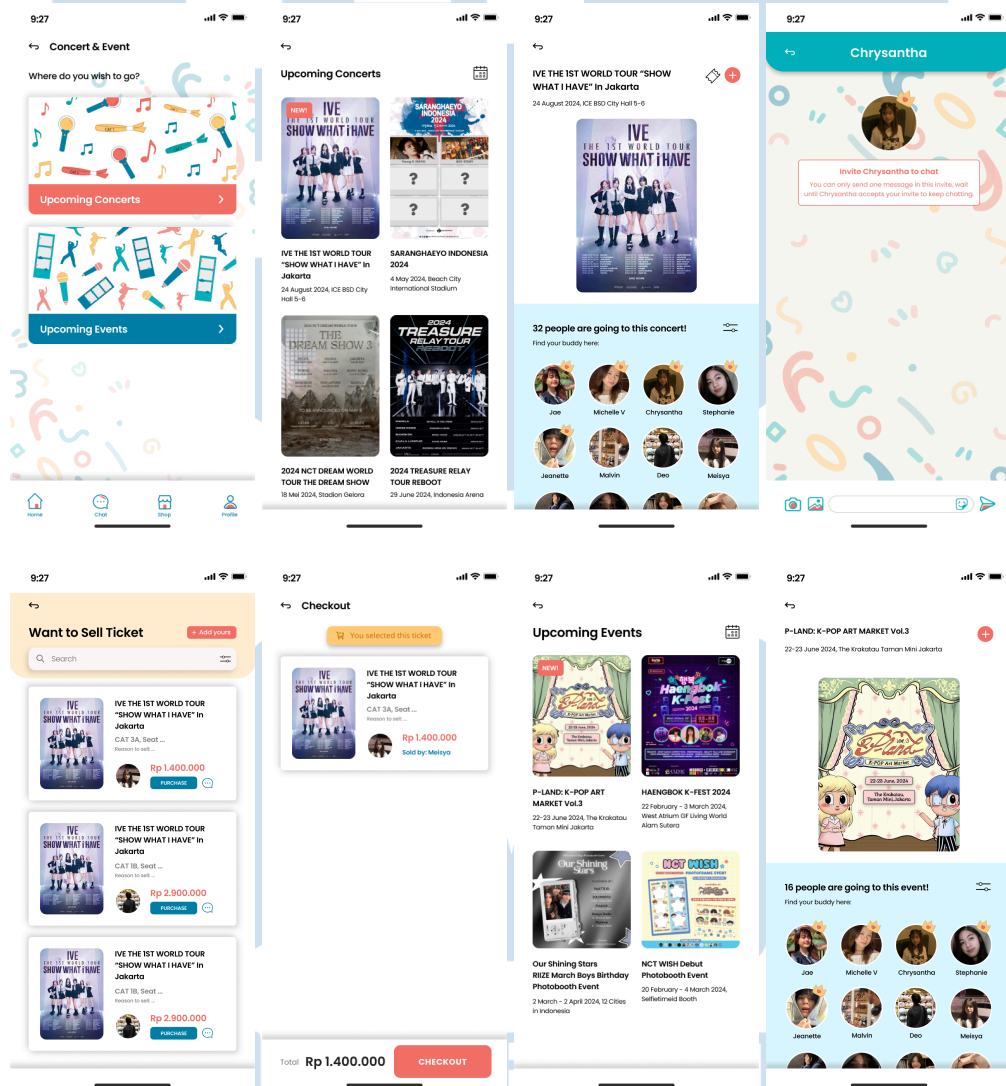
4.3.2 UI/UX & Copywriting

Dalam perancangan UI/UX aplikasi Younite, penulis membuat *User Interface* untuk halaman *Homepage*, *Fandom Community*, *Join Community Chat*, *K-Pop News*, *Concert & Event*, *Upcoming Concerts*, *Find Concert Buddy*, *Chat with Buddy*, *Want to Sell Ticket*, *Ticket Checkout*, *Upcoming Events*, *Find Event Buddy*, *Chatroom Shop*, *Chatroom Product Details*, *Chatroom Product Checkout*, *Membership (Non VIP)*, *Membership (VIP)*, *Membership Packages*, *Membership Checkouts*, *My Event*, dan *Contact Us*. Penulis kemudian melanjutkan ke proses *User Experience* yaitu pembuatan navigasi *prototyping* untuk memunculkan interaksi atau memungkinkan *user* untuk melakukan sebuah aksi pada *prototype* aplikasi Younite dengan penggunaan *buttons* dan *icons*.



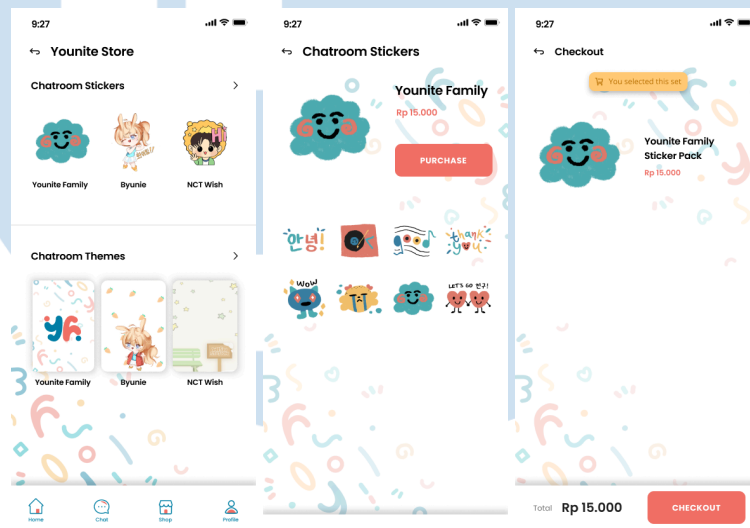
Gambar 4.2 *Prototype* Fitur Aplikasi Younite

Halaman *Homepage* merupakan halaman yang muncul pertama kali saat *user* membuka aplikasi bila sudah melakukan *login*. Penulis ikut membantu dalam pencarian aset gambar idola K-Pop pada halaman *Community Fandom* dan membuat halaman *Join Community Chat* untuk setiap *fandom* yang telah tersedia di aplikasi Younite. Kemudian, penulis membuat halaman *Younite News* berupa kumpulan berita terbaru seputar dunia K-Pop.



Gambar 4.3 *Concerts & Events* pada Aplikasi Younite

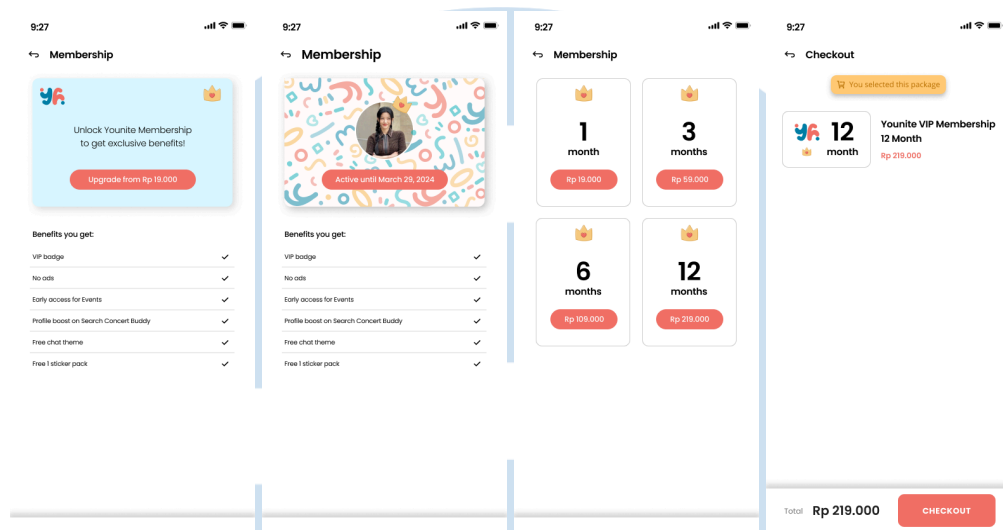
Penulis juga membuat tampilan dan *flow* dari halaman *Concert & Event* yang akan berlanjut ke halaman *Upcoming Concerts* dan *Upcoming Events*, dimana user dapat memilih acara yang diinginkan dan dapat mencari teman datang bersama lewat fitur *Find Concert Buddy* atau *Find Event Buddy* di halaman selanjutnya. *User* dapat melanjutkan pencarian teman dengan melakukan *request chatting* pada halaman *Chat with Buddy*. Pada setiap pilihan *concert*, terdapat juga fitur untuk menjual atau membeli tiket *secondhand* melalui halaman *Want to Sell Ticket*.



Gambar 4.4 *Chatroom Shop* pada Aplikasi Younite

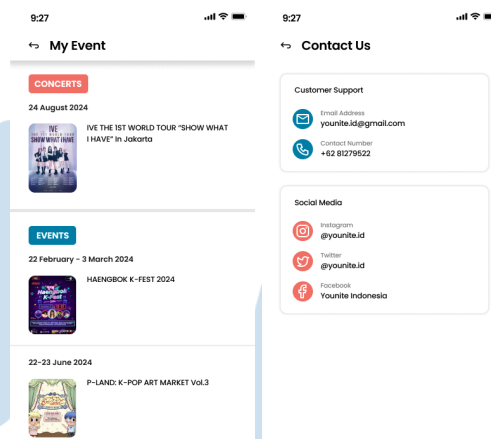
Selain itu pada bagian *Chatroom* terdapat halaman yang penulis buat yaitu *Chatroom Shop* yang melingkupi halaman *Chatroom Product Details* dan *Chatroom Product Checkout* dimana *user* dapat membeli *sticker pack* dan *theme chat* untuk diaplikasikan pada fitur *chatting* di aplikasi Younite.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4.5 *Membership* pada Aplikasi Younite

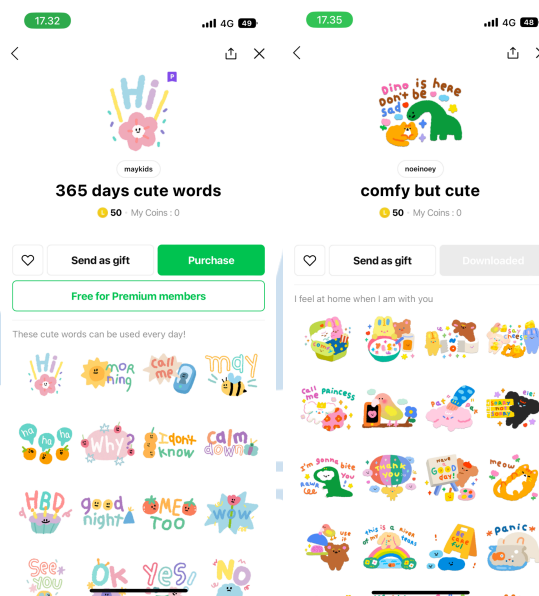
Penulis juga membuat halaman *Membership* yang meliputi *Membership (Non VIP)*, *Membership (VIP)*, *Membership Packages*, dan *Membership Checkouts* dimana *user* dapat memilih dan melakukan pembelian *membership*.



Gambar 4.6 *My Event* dan *Contact Us* pada Aplikasi Younite

Terakhir penulis membuat halaman *My Event* yang berisi *list* acara yang ingin didatangi *user* dan halaman *Contact Us* yang berisi kontak media sosial lainnya dari Younite. Dalam kegiatan perancangan keseluruhan *prototype* aplikasi Younite, penulis memiliki rekan kerja yang juga bertanggung jawab atas UI/UX. Penggunaan *copywriting* pada *prototype* menggunakan bahasa yang *to the point* sebagai aplikasi secara *general* untuk memudahkan para *user* dalam kenyamanan penggunaan aplikasi. Terakhir, penulis melakukan pengecekan ulang keseluruhan *prototype* untuk menghindari adanya kesalahan dalam desain, navigasi, dan kesalahan penulisan (*typo*).

Untuk menambah penawaran fitur pada aplikasi Younite, penulis juga membuat desain untuk 1 *Sticker Pack* yang dapat dibeli atau didapatkan gratis oleh *user* Younite bila membeli *Membership* untuk digunakan saat *user* berkomunikasi pada fitur *Chatroom*. Hal ini menjadi salah satu *cashflow* dari bisnis Younite. Penulis mendapatkan referensi dari LINE Sticker Shop berupa *sticker pack* dengan tema gambar *korean style* yang *cute* dan ceria dengan menggunakan *typography*.



Gambar 4.7 Referensi *Sticker Pack*

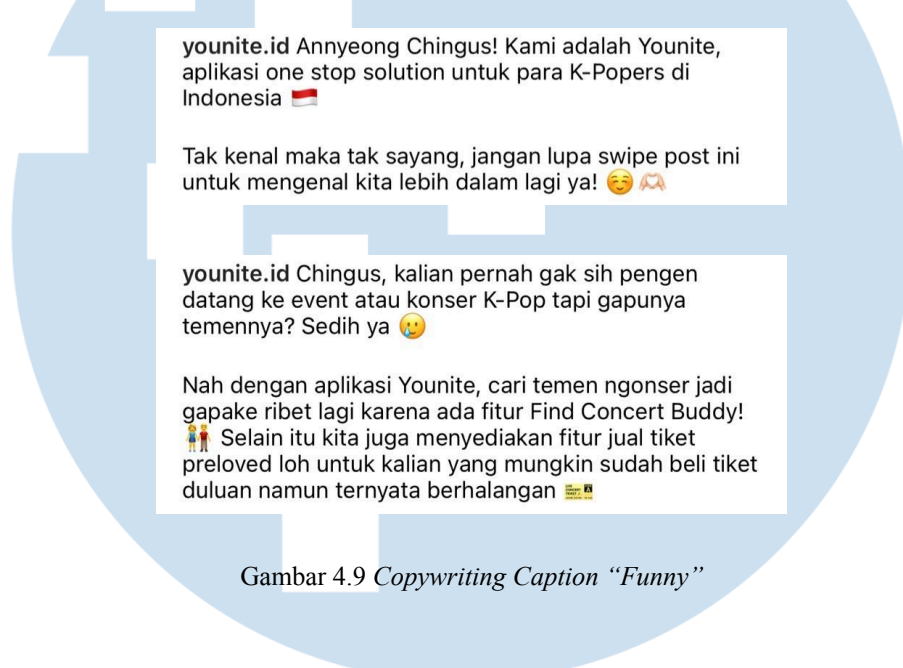
Setelah melihat referensi, penulis menjadi terinspirasi untuk membuat *sticker pack* dengan *style* gambar yang serupa. *Sticker pack* Younite Family ini dibuat dengan penggambaran budaya Korea seperti penggunaan “hangul” (bahasa Korea). Selain itu penulis juga menggunakan elemen-elemen musik seperti *vinyl player*, melodi not balok, dan karakter-karakter yang menggambarkan suasana keceriaan. Berikut merupakan hasil *sticker pack* yang dibuat bernama “Younite Family”.



Gambar 4.8 Chatroom Sticker Pack Younite Family

Selain UI/UX, penulis juga bertanggung jawab atas *copywriting* Younite yaitu penulisan kata yang terdapat dalam *prototype* dan dalam konten *social media* untuk keperluan *marketing*. *Copywriting* yang digunakan melihat pada *tone of voice* Younite yang telah ditentukan bersama kelompok yaitu “*Funny*”, “*Casual*”, dan “*Enthusiastic*”. Hal ini diselaraskan dengan *Brand Value* Younite yaitu “*Youthful*”, “*Togetherness*”, dan “*Synergy*” yang membawakan penggambaran kebersamaan semangat muda. Dengan *social media* Instagram, penulis membuat *caption* dan melakukan *posting* untuk *feeds* Instagram yang telah

didesain oleh rekan kerja. Penulis menggunakan sebutan diri penulis sebagai MinNite (*Admin Younite*) dan sebutan untuk para *followers* dari Younite sebagai Chingus yang merupakan bahasa Korea dengan arti “teman”.



Gambar 4.9 *Copywriting Caption “Funny”*

Tone of voice pertama dari Younite adalah “*Funny*” yang menggambarkan kesenangan dan kelucuan. Penulisan kalimat yang digunakan pada *caption* seperti “Tak kenal maka tak sayang, jangan lupa swipe post ini untuk mengenal kita lebih dalam lagi ya!” memberikan kesan menyenangkan dari Younite kepada para Chingus. Penulisan kalimat yang digunakan pada *caption* seperti “Chingus, kalian pernah gak sih pengen datang ke event atau konser K-Pop tapi gapunya temennya? Sedih ya” memberikan kesan Younite yang menunjukkan rasa simpati kepada Chingus dengan pembawaan yang menyenangkan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

younite.id Annyeong Chingus 🙋

Sebagai one stop solution untuk kalian para K-Popers, Younite sudah menyediakan beragam fitur yang bisa kalian gunakan nantinya!

Siapa yang udah penasaran apa aja fitur-fiturnya? Yuk tinggal swipe post ini ya 🙋

younite.id Can you spot your favorite K-Pop groups? 🙋

Di aplikasi Younite, Chingus juga bisa join berbagai communities untuk bersosialisasi dan saling update tentang idola favorit sesuai fandom masing-masing!

Penasaran nih, coba comment dong kalian mau join community fandom apa aja? 🙋

Gambar 4.10 *Copywriting Caption "Casual"*

Tone of voice kedua dari Younite adalah “*Casual*” yang membawakan suasana yang santai dan *friendly*. Penulisan kalimat yang digunakan pada *caption* seperti “Siapa yang udah penasaran apa aja fitur-fiturnya? Yuk tinggal *swipe* post ini ya” dan “Penasaran nih, coba *comment* dong kalian mau *join community fandom* apa aja?”. Penulis menggunakan kata-kata yang cenderung gaul dan tidak baku, lalu menggunakan kalimat tanya dan ajakan untuk para *followers* berinteraksi sembari mempromosikan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Younite.

younite.id [YOUNITE NEWS 📰] Bangga banget! Ternyata NCT Dream adalah boygroup K-Pop pertama yang menggelar konser tunggal di Stadion GBK yang menampung penonton hingga 40.000 orang! Bahkan kabar konser NCT Dream di Indonesia ini sampai masuk ke berita nasional Korea loh 🙋

Konser ini dipenuhi kebahagiaan sorak sorai dari para penonton yang memenuhi Stadion GBK dengan warna hijau. Selama 3 jam, NCT Dream membawakan konser ini dengan total sebanyak 29 lagu.

Chingus termasuk salah satu yang ada disana ga tanggal 18 Mei 2024 kemarin, kalau iya performance mana nih yang paling kalian suka? 🍀

#Younite_News

Gambar 4.11 *Copywriting Caption "Enthusiastic"*

Tone of voice ketiga dari Younite adalah “*Enthusiastic*” yang membawakan suasana yang heboh dan ekspresif. Penulisan kalimat yang digunakan pada *caption post* mengenai berita K-Pop seperti “Bangga banget! Ternyata ...”. Penulis menggunakan kata-kata yang lebih berekspresif menunjukkan semangat dalam penyampaian informasi di *caption*.



Gambar 4.12 *Story* Instagram Younite

Selain dari Instagram *post*, penulis juga membuat beberapa *template* untuk konten *story* Instagram beserta penulisan kata yang berfokus untuk menciptakan interaksi dengan para *followers* atau audiens di Instagram @younite.id.

4.4 Penentuan Vendor *Prototype* Aplikasi Younite

Saat menentukan vendor yang akan digunakan dalam pembuatan *prototype* aplikasi Younite, kelompok melakukan pertimbangan dari tiga vendor untuk membuat UI/UX, yaitu Adobe XD, Canva, dan Figma. Penentuan vendor untuk membuat *prototype* aplikasi Younite dipertimbangkan dengan faktor-faktor berikut:

Tabel 4.3 Tabel Perbandingan Vendor UI/UX

Kriteria	Adobe XD	Canva	Figma
<i>User Interface</i>	✓	✓	✓
<i>Prototyping</i>	✓	✗	✓
<i>Collaborative Capabilities</i>	✓	✓	✓
<i>Subscription Fees</i>	✓	✓ (Elemen dan Template)	✓ (Unlimited Figma files, Advanced Prototyping, Advanced Codegen)
<i>Free Access</i>	✗	✓ (Elemen dan Template)	✓
<i>Website Accessibility</i>	✗ (Requires apps installment)	✓	✓

Setelah membandingkan fitur dan kegunaan dari ketiga vendor, kelompok bersepakat untuk menggunakan Figma dalam proses pembuatan *prototype* aplikasi Younite. Penentuan ini disepakati karena melihat adanya kelebihan dari Figma, seperti tersedianya fitur kolaborasi antara para desainer dalam satu proyek, dan kemudahan dalam aksesibilitas, serta tersedianya *tools* yang melengkapi dalam proses perancangan *prototype*.

4.5 Hasil Uji Coba *Prototype* Aplikasi Younite

Uji coba pada *prototype* aplikasi Younite dibagi menjadi dua tahap dengan target responden yang berbeda. Tahap pertama adalah *beta testing* yang dilaksanakan pada tanggal 20 April hingga 12 Mei 2024 kepada 50 responden yang memiliki pengetahuan mengenai desain baik secara UI atau UX. Tujuan dilakukannya *beta testing* dengan target tersebut adalah untuk mendapatkan penilaian dan masukan dari responden dalam pengalaman menggunakan *prototype* aplikasi Younite. Dalam mengumpulkan penilaian *prototype*, kelompok membuat *Google form beta testing* yang berisi 9 pertanyaan dengan pilihan jawaban berupa *linear scale* dari angka 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Hasil yang didapatkan dari *beta testing* memperlihatkan mayoritas responden menyetujui bahwa aplikasi Younite sudah dilengkapi dengan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan dari penggemar K-Pop. Selanjutnya, kurang lebih 30 responden memandang aplikasi Younite sudah memiliki alur navigasi yang mudah digunakan, informatif, terpercaya, dan mudah diakses pengguna, serta memiliki tampilan aplikasi yang menarik.

Sebagai penilaian aplikasi, kelompok juga meminta responden untuk memberikan kritik dan saran pada kolom yang tersedia di akhir untuk keperluan pengembangan UI/UX *prototype* aplikasi ke depannya. Berikut merupakan *feedback* yang didapatkan kelompok dari hasil *beta testing*:

1. Desain dan Visual *Prototype* Aplikasi
 - a. Desain *prototype* terlihat cenderung lebih feminin jika target *user* yang ingin dituju termasuk penggemar K-Pop laki-laki.
 - b. Menurunkan tingkat *opacity shadow* pada desain.
 - c. Memperbesar ukuran *text* pada fitur *chat* sehingga tulisan dapat terbaca dengan lebih mudah.
 - d. Memuat gambar dengan resolusi *high definition*.
2. Fitur *Prototype* Aplikasi

- a. Mempermudah alur navigasi untuk fitur *find concert buddy* agar bisa muncul secara langsung apabila user menekan poster konser tertentu.
 - b. Memperbesar ukuran *icon back*.
 - c. Menambahkan fitur notifikasi *event* sebagai pengingat bagi *user*.
3. Informasi dalam Aplikasi
- a. Melengkapi informasi grup K-Pop yang dihadirkan dalam pilihan komunitas *fandom* dan menambahkan beberapa pilihan *fandom* lainnya.
 - b. Membagi komunitas *fandom* dari grup K-Pop yang memiliki berbagai macam sub-unit, seperti grup K-Pop bernama NCT (Neo Culture Technology) yang memiliki 4 unit yaitu NCT 127, NCT Dream, WayV, dan NCT Wish.

Tahap kedua dari prototype testing berupa *alpha testing* secara tatap muka yang dilaksanakan pada tanggal 17-28 Mei 2024 kepada total 134 responden yang merupakan penggemar K-Pop berusia 15-25 tahun di Jabodetabek. Tujuan dilakukannya *alpha testing* dengan target tersebut adalah untuk mendapatkan penilaian dan masukan dari responden mengenai *user experience* saat mencoba *prototype*, sehingga menjadi penentu apabila *prototype* aplikasi ini sudah memenuhi standar dan relevan untuk target.

Rangkuman hasil yang didapatkan dari *alpha testing* memperlihatkan bahwa seluruh responden menganggap Younite memiliki navigasi yang mudah dipelajari dan digunakan, menyediakan informasi yang beragam dan kredibel, memiliki keunikan tersendiri sebagai *platform* penghubung para penggemar K-Pop, dan memiliki tampilan aplikasi yang nyaman untuk dipandang. Seluruh responden juga menyetujui bahwa Younite dapat dikatakan sebagai *one stop solution* untuk para penggemar K-Pop karena sudah menyediakan fitur yang lengkap dan berguna, meliputi kemudahan pencarian informasi seputar K-Pop dan pencarian teman menonton konser bersama. Kemudian, sebagian besar responden menyatakan keinginan mereka untuk mengunduh aplikasi Younite bila aplikasi

melakukan *launching* karena Younite memiliki fitur hiburan yang menarik dan memungkinkan untuk berkenalan dengan teman baru dengan minat yang sama akan K-Pop. Berikut merupakan *feedback* yang didapatkan kelompok dari hasil *alpha testing*:

- a. Menambahkan *App Navigation Guide* sebelum atau/dan setelah *login* pada aplikasi.
- b. Menyediakan opsi kategori hiburan dan berita sesuai dengan *fandom* atau topik yang diminati.
- c. Menambahkan peraturan untuk *chat fandom* seperti larangan ujaran kebencian yang mengandung SARA, kekerasan dan pelecehan seksual secara *online*, serta *cyberbullying*.
- d. Mengembangkan fitur khusus untuk *trade official photocard* dan jasa titip.
- e. Menambahkan pilihan untuk mengatur ukuran *text*, bahasa, dan *theme app*.
- f. Menambahkan opsi tampilan visual untuk *dark mode*.

4.6 Kendala yang Ditemukan

Sebagai CFO (*Chief Financial Officer*) dengan jobdesk lain UI/UX Desainer dan *Copywriter*, ada beberapa kendala yang dihadapi selama melakukan perancangan Younite, yaitu:

1. Pembuatan interaksi dan navigasi pada *prototype* yang menghabiskan waktu dikarenakan penulis memiliki pengetahuan terbatas perihal *software Figma*.
2. Menciptakan alur penggunaan fitur "*Find Concert Buddy*" yang merupakan fitur baru Younite yang tidak ditemukan di aplikasi lainnya.
3. Menentukan layout dan penempatan aset yang memberikan pengalaman navigasi nyaman untuk target pengguna.
4. Mencari aset foto yang berkualitas tinggi untuk digunakan pada *prototype*.

Selain dari adanya kendala pribadi, penulis bersama dengan kelompok pun merasakan beberapa kesulitan dalam melaksanakan proses MBKM Cluster Kewirausahaan, yaitu:

1. Mencari data berkaitan dengan *target market* yang memiliki ketertarikan untuk membeli *merchandise* K-Pop dan datang ke konser K-Pop.
2. Menetapkan harga untuk *membership* aplikasi Younite, karena kelompok belum mengetahui harga pasaran *membership* yang tersedia. Selain daripada itu, kelompok juga merasakan hambatan dalam menentukan biaya administrasi *online shop* dan perhitungan BEP Younite.

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai CFO (*Chief Financial Officer*) dengan *jobdesk* lain UI/UX Desainer dan *Copywriter*, ada beberapa solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan kendala selama perancangan Younite, antara lain:

1. Mempelajari *tutorial* mengenai fitur pada *software* Figma yang ingin digunakan.
2. Merancang cara kerja atau alur penggunaan fitur yang mudah dipelajari oleh *user* namun tetap menjaga keunikan fitur aplikasi Younite.
3. Mencari referensi tampilan dan navigasi dari aplikasi lainnya yang sering digunakan oleh masyarakat.
4. Mencari aset foto dari berbagai sumber yang memenuhi kriteria yaitu aset foto yang beresolusi tinggi.

Selain dari penyelesaian kendala dari *jobdesk* pribadi, selanjutnya ada beberapa solusi dari kendala yang dihadapi bersama dalam kelompok, yaitu:

1. Membuat dan mengumpulkan hasil kuesioner melalui Google Form dari para penggemar K-Pop agar dapat menemukan target market yang sesuai.
2. Melakukan riset terhadap aplikasi yang juga menawarkan layanan *membership*, seperti Netflix, Youtube, dan Spotify. Kelompok juga melakukan riset untuk menentukan biaya administrasi melalui referensi *e-Commerce-Shopee* di Indonesia.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pendefinisian masalah yang dihadapi oleh para penggemar K-Pop, penulis dan kelompok telah memikirkan berbagai macam solusi yang berujung pada keputusan untuk menggabungkan solusi-solusi tersebut dalam sebuah aplikasi *one stop solution* bagi para penggemar K-Pop yaitu Younite. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk berkoneksi dengan penggemar K-Pop lainnya melalui berbagai komunitas, mencari informasi seputar K-Pop, marketplace untuk jual beli *merchandise*, mencari teman konser, tempat untuk jual beli tiket *secondhand*, dan masih banyak lagi. Penulis dan kelompok juga melakukan *prototype testing* yang meliputi *Beta Testing* dan *Alpha Testing*, dimana dari hasilnya dapat disimpulkan bahwa masih ada beberapa hal minor yang perlu dikembangkan, seperti penambahan fitur untuk menjual tiket *secondhand* dan *trade photocard* serta tombol *back* pada *prototype* yang ukurannya terlalu kecil. Selain daripada itu, secara keseluruhan aplikasi sudah layak digunakan dan siap untuk membantu penggemar K-Pop untuk menyalurkan hobi dan kegemarannya lewat satu aplikasi.

5.2 Saran

Sebagai mahasiswa dari jurusan Desain Komunikasi Visual yang mengikuti program MBKM Kewirausahaan pada semester 6 ini, penulis dan kelompok menjadi tersadari akan pentingnya pemahaman dasar tentang bisnis, termasuk aspek bisnis, pengelolaan keuangan, dan bekerja sama di dalam tim. Materi yang diberikan melalui Google Classroom membantu kelompok untuk memahami berbagai aspek dalam berbisnis, namun akan lebih baik bila pembekalan materi ini dapat dilaksanakan langsung dalam sistem kelas tatap muka seperti perkuliahan umum ke depannya.

Program MBKM Kewirausahaan memberikan motivasi bagi kelompok untuk berani menyalurkan ide-ide dan berani untuk mewujudkannya dalam sebuah wirausaha. Program ini menghadirkan peluang bagi kelompok sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk mengasah kemampuan berkreasi yang dilanjut dengan cara berbisnis serta penggunaan teknologi berbasis aplikasi. Sebagai saran, penulis dan kelompok ingin memberikan masukan bagi para wirausahawan baru agar dapat melakukan perancangan usaha dengan matang, yaitu bukan hanya mengenai kesiapan produk/jasa namun juga mengenai strategi *marketing* yang dapat direncanakan dari jauh hari sebelum *launching* sehingga waktu untuk memperkenalkan usaha lebih banyak dan dapat menjangkau lebih banyak *target market* sehingga usaha dapat mencapai *brand awareness* yang lebih tinggi. Selanjutnya, kelompok juga ingin memberikan saran untuk penelitian topik permasalahan lainnya bagi penggemar K-Pop, melihat popularitas K-Pop yang tinggi dan semakin meningkat dengan jangkauan yang luas sehingga adanya peluang untuk berbisnis dalam cakupan K-Pop. Berkenaan dengan itu, diharapkan juga dalam pendiskusian rencana *IP monetizing* dapat dilakukan secara matang untuk menghindari adanya plagiarasi atau kerugian dari agensi yang menaungi idola K-Pop ataupun penggemar K-Pop lain, terutama jika usaha yang dibangun ingin mengadakan penjualan *merchandise* dari idola K-Pop tertentu baik yang *official* maupun *fanmade*.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA