

BAB III

MARKET AND PRODUCT VALIDATION

3.1 Market Research Validation

Untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya, penulis dan tim harus memilah target pasar dengan baik, sehingga strategi pengembangan perusahaan dalam segi fungsi dan desain aplikasi juga dapat tersampaikan dengan baik. Maka dari itu AluPet membuat beberapa aspek yang penting untuk mengerucutkan target pasar seperti apa yang masuk ke dalam target aplikasi AluPet. Aspek tersebut dapat berupa *segmentation, targeting, positioning*, dan persona.

3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning

Tahap pertama dari market *validation* adalah *segmentation*. Pada tahap ini, penulis dan tim menentukan target marketnya berdasarkan susunan demografis, geografis, dan psikografis. Berikut merupakan analisis tabel dari susunan pembagian tersebut:

Tabel 3.1 Tabel *Segmentation, Targeting, dan Positioning*

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografis	
▪ Usia	: 25-35 Tahun (Primer) 36-40 Tahun (Sekunder)
▪ Gender	: Perempuan dan Laki-laki
▪ Pekerjaan	: Swasta Pengusaha
▪ Penghasilan	: SES A (> Rp6.000.000) SES B (Rp4.000.001- Rp6.000.000)
▪ SES	: A-B
▪ Bahasa	: Indonesia Inggris

Geografis	
▪ Wilayah	: Tangerang (Primer) : Jabodetabek (Sekunder)
▪ Tingkat kepadatan penduduk	: Padat (Perkotaan)
Psikografis	
▪ <i>Attitude</i>	: Sayang hewan peliharaan : Rela mengeluarkan uang untuk hewan peliharaan
▪ <i>Lifestyle</i>	: Sibuk : Memelihara hewan peliharaan

Proses selanjutnya adalah *targeting*, yaitu perusahaan memilih target yang sudah ditetapkan pada proses *segmentation*. Setelah proses *segmentation* ditetapkan, maka penulis dapat melakukan *targeting* sesuai tabel berikut:

Tabel 3.2 Tabel *Targeting* Aplikasi AluPet

<i>Targeting</i>	
Demografis	Geografis
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 25-35 Tahun (primer) ▪ 35-40 Tahun (sekunder) ▪ <i>Unisex</i> (laki-laki dan perempuan) ▪ SES A-B 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berdomisili di kota-kota besar terutama Tangerang, dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi
Psikografis	<i>Behavioral</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki <i>interest</i> pada hewan ▪ Gaya hidup yang sibuk dan bersosialisasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan <i>mobile app</i> untuk memesan layanan perawatan hewan

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepribadian yang suka berempati dan peduli 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suka mengikuti komunitas pecinta hewan ▪ <i>Well-prepared</i> untuk kebutuhan hewan peliharaan
--	---

Pada tabel *targeting* tersebut, dapat diketahui bahwa fokus target aplikasi AluPet adalah laki-laki atau perempuan yang berusia 25-35 tahun sebagai usia primer dan 35-40 tahun sebagai usia sekunder. Domisili Tangerang dan sekitarnya yang masih merupakan kota padat penduduk dengan pengeluaran perbulan Rp4000.000,00-Rp6000.000,00 menjadi fokus pasar kami. Dengan adanya *range* pengeluaran tersebut, kemungkinan orang untuk mampu mengeluarkan uang untuk hewan peliharaannya tergolong cukup besar, terutama bagi mereka yang memiliki ketertarikan dalam hewan dan menyayangi hewan peliharaan mereka.

Sebelum masuk ke dalam tahap *positioning*, AluPet memiliki *differentiation* dengan perusahaan sejenis lainnya karena AluPet menyediakan layanan-layanan yang lengkap dan kredibel, serta pilihan kategori hewan yang tidak hanya menjangkau anabul seperti anjing dan kucing, tetapi juga merangkul reptil seperti ular, kadal, kura-kura, dan *bearded dragon*.

Dalam *positioning*, aplikasi AluPet dapat memposisikan diri sebagai solusi yang tepat untuk orang yang membutuhkan jasa perawatan hewan peliharaan, karena AluPet hadir dengan berbagai fitur layanan yang lengkap serta kategori hewan peliharaan yang juga tidak kalah banyaknya. Walaupun nama AluPet sendiri belum memiliki *brand awareness* yang tinggi, namun penulis percaya dengan berbagai fitur layanan serta kategori hewan yang tersedia, aplikasi AluPet dapat bersaing dengan kompetitor lainnya seperti Peto, Hewania, dan Pawlyclinic. Salah satu fitur yang mendorong keyakinan penulis adalah fitur *additional package* untuk membeli layanan *drop-off* hewan peliharaan jika pemilik hewan sedang sibuk dan tidak dapat mengantarkan hewan peliharaannya untuk melakukan

perawatan rutin. Dengan adanya fitur tersebut, permasalahan kesibukan pemilik hewan akan teratasi dan pemilik hewan tetap dapat memberikan kesejahteraan kepada hewan peliharaan tanpa mengganggu aktivitas mereka.

3.1.2 Market Persona

Pada pembuatan persona, penulis dan tim membagi persona menjadi dua representasi. Pembagian tersebut disusun berdasarkan tujuan, personal karakteristik, serta kebutuhan target. Persona ini juga akan menjadi representasi dari calon pengguna aplikasi AluPet, sehingga tim akan lebih mengerti kebutuhan yang diperlukan oleh calon pengguna dan dapat memberikan solusi lewat aplikasi dengan lebih detail.



Gambar 3.1 Target Market Persona Aplikasi AluPet

Persona pertama terdapat Agus, laki-laki berusia 28 tahun yang berdomisili di Tangerang. Ia bernama merupakan seorang *business man* yang memiliki hewan peliharaan yaitu anjing, namun ia tidak dapat merawat anjingnya dengan rutin. Agus merasa bersalah dan ingin merawat anjingnya dengan melakukan *grooming* secara berkala, namun ia tidak memiliki waktu untuk membawanya ke *pet shop*. Dalam persona ini, AluPet dapat menjadi

solusi yang inovatif bagi Agus, karena dapat memberikan kebutuhannya dengan layanan *grooming package* (*grooming* dan *drop off*).

Pada persona kedua, terdapat seorang perempuan bernama Anna. Ia berusia 25 tahun dan berdomisili di BSD. Ia memiliki seekor kucing, namun tidak bisa membantu kucingnya untuk *checkup* ke dokter secara rutin karena kesibukannya sebagai seorang pekerja swasta. Maka dari itu aplikasi AluPet juga dapat menjadi solusi bagi Anna, dengan adanya layanan *health package*, Anna dapat tetap mengontrol kesehatan kucingnya tanpa perlu pusing untuk menyisihkan waktu sibuknya.

Dengan adanya persona, penulis dan tim yakin bahwa kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna dapat terpenuhi dengan baik. Persona tersebut juga akan berguna untuk merancang perbaikan serta pengembangan perusahaan dalam jangka waktu yang lama.

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

Penulis dan tim melakukan pengumpulan data untuk mengembangkan dan menjalankan ide bisnisnya menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Berikut penjabaran data dari metode yang telah digunakan.

3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Penulis dan tim memilih pengumpulan data kualitatif dengan melakukan *FGD* (*Focus Group Discussion*). *FGD* ini diselenggarakan secara *online* menggunakan platform aplikasi Zoom. Sebanyak 9 partisipan dari usia 25-40 tahun yang berdomisili di Tangerang dan sekitarnya melakukan perkenalan nama, umur, domisili, dan pekerjaannya masing-masing.

Setelah melakukan perkenalan, diskusi *FGD* dimulai dengan pertanyaan mengenai hewan yang pernah atau sedang dimiliki oleh partisipan. Kebanyakan partisipan memiliki hanya satu atau dua hewan peliharaan saja. Hewan anabul seperti anjing dan kucing mendominasi *FGD* saat ini, tetapi ada juga hewan reptil seperti kadal dan kura-kura yang dimiliki oleh beberapa partisipan. Banyak partisipan yang memang sibuk

mengaku bahwa mereka kewalahan untuk memberikan perawatan rutin kepada hewan peliharaannya, bahkan seringkali mereka meninggalkan hewan peliharaannya sendirian dalam jangka waktu yang cukup lama.

Diskusi kembali dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai apakah partisipan mengetahui dan menggunakan layanan jasa perawatan hewan seperti layanan kesehatan, *grooming*, dan lain-lain untuk merawat hewan peliharaan mereka. Partisipan didominasi dengan jawaban bahwa mereka mengetahui dan menggunakan layanan jasa tersebut, tetapi tidak teratur karena cenderung memakan waktu yang cukup lama untuk menggunakan jasa-jasa tersebut. Namun beberapa dari mereka yang memelihara reptil memiliki kesulitan tidak hanya dari aspek waktu saja, tetapi juga sangat sulit menemukan jasa layanan untuk hewan reptil di daerah tempat tinggal mereka.

Penulis dan tim kemudian memberikan pertanyaan apakah partisipan tertarik jika terdapat satu buah aplikasi yang menyediakan layanan jasa untuk hewan peliharaan. Kebanyakan dari mereka mengaku tertarik dan pensaran dengan fitur dan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi. Banyak juga dari mereka yang bertanya mengenai aplikasi tersebut kepada penulis dan tim, sehingga penulis dan tim memberikan penjelasan lebih detil mengenai aplikasi AluPet kepada partisipan. Partisipan *FGD* kemudian mengutarakan bahwa mereka ingin mencoba aplikasi secara langsung dan menemukan tingkat efisiensi yang diberikan aplikasi. Partisipan dengan hewan peliharaan reptil juga mengaku tertarik karena kesulitan mereka akan teratasi dengan aplikasi AluPet.

Terakhir, penulis dan tim membuka saran dan kritik kepada partisipan *FGD* mengenai apa yang diinginkan di dalam aplikasi. Partisipan memberikan saran untuk memberikan tampilan aplikasi yang sederhana dan mudah dimengerti, sehingga dapat digunakan dengan cepat. Selain itu partisipan juga menginginkan tenaga perawat yang kredibel sehingga mereka dapat berpegang kepada aplikasi tanpa harus khawatir dengan hewan peliharaan mereka.

3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif

Untuk mengumpulkan data kuantitatif, penulis dan tim membuat *survey* kuesioner yang disebarakan kepada 100 calon target pengguna. Berdasarkan pengisian *survey*, diketahui 56 target berjenis kelamin perempuan dan 44 lainnya laki-laki. Kebanyakan dari 100 responden berdomisili di Tangerang dan sekitarnya.

Merangkum dari pertanyaan yang kami rangkai dalam pengantar *survey* kuesioner, hampir seluruh responden pernah menggunakan layanan jasa *online* seperti Gojek, Grab, Halodoc, dan Shopee. Hal tersebut menandakan bahwa mereka bukan orang yang gagap akan teknologi dan mampu mengoperasikan aplikasi. Maka dari itu *survey* dilanjutkan dan pertanyaan apakah responden pernah atau memiliki hewan peliharaan dapat terjawab. Sebesar 72% responden memiliki hewan peliharaan, 20% pernah memiliki hewan peliharaan, dan sisa responden sebesar 8% belum pernah memiliki hewan peliharaan. Pertanyaan kedua membahas mengenai kesulitan yang dialami responden dalam mencari jasa layanan perawatan hewan peliharaan. Responden boleh memilih lebih dari 1 pilihan, dan diketahui sebesar 83 suara dari responden mengatakan mereka kesulitan dalam mengatur waktu untuk antar jemput hewan peliharaan karena tingkat kesibukan yang tinggi, 31 suara mengatakan bahwa mereka sulit untuk mencari layanan perawatan yang kredibel.

Sebesar 92% responden mengaku akan terbantu jika ada aplikasi jasa perawatan hewan peliharaan yang memberikan layanan untuk hewan peliharaan mereka. Sedangkan 8% responden mengatakan biasa saja. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa banyak orang-orang di luar sana yang membutuhkan jasa perawatan hewan peliharaan yang dapat memberikan kelonggaran dalam hal efisiensi waktu serta kredibilitas tenaga kerja perawatan hewan, sehingga aplikasi AluPet dapat sangat membantu orang-orang tersebut untuk mempermudah mereka merawat hewan peliharaannya.

3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Dalam menganalisa produk merek dan kompetitor, penulis memutuskan untuk memilih Peto, Hewania, dan Pawlyclinic sebagai kompetitor AluPet. Penulis melakukan analisa dengan membuat *positioning map*. Penulis memberikan variabel X sebagai banyaknya kategori hewan dalam aplikasi dan Y sebagai indikator kelengkapan fasilitas layanan. Kolom di atas kanan adalah kolom indikator yang paling baik, sedangkan di bawah kiri adalah kolom indikator yang paling tidak lengkap. Pada indikator tersebut, AluPet berada di kolom atas kanan yang menandakan bahwa AluPet dapat memenuhi standar indikator dengan sangat baik. Aplikasi Hewania dan Pawlyclinic berada di bawah kanan karena aplikasi tersebut kurang menyediakan kelengkapan pada aspek fasilitas, sedangkan Peto berada di kiri atas karena jumlah kategori hewan dalam aplikasi sangat terbatas.



Gambar 3.2 *Brand Positioning Map*

Setelah membuat *positioning map*, penulis kembali memindahkan kompetitor pada *brand positioning* ke dalam tabel perbandingan dengan variabel perbandingan yaitu akses (kemudahan pengguna untuk masuk ke dalam aplikasi), promosi (banyaknya promosi dan *brand awareness* dari aplikasi), fasilitas (kelengkapan fasilitas layanan dalam tiap aplikasi), dan kategori hewan (banyaknya jenis hewan yang ada di dalam aplikasi). Dalam tabel tersebut, Peto dan Hewania bersaing dengan perbedaan pada banyaknya fasilitas dan kategori hewan. Peto

memiliki fasilitas lengkap namun jumlah hewan yang sedikit, sedangkan Hewania memiliki kategori hewan yang lebih banyak namun hanya terdapat sedikit fasilitas. Di lain sisi, Pawlyclinic hanya memiliki dua poin positif karena akses untuk pengguna cukup sulit dan fasilitas yang diberikan belum terlalu lengkap.

Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor

Variabel Pembeding	AluPet	Peto	Hewania	Pawlyclinic
Akses Aplikasi	Baik	Baik	Baik	Tidak Baik
Promosi (Iklan)	Baik	Baik	Baik	Baik
Jenis Fasilitas	Baik	Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
Kategori Hewan	Baik	Tidak Baik	Baik	Baik

3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

Penulis dan tim dari AluPet menggunakan studi *eksisting* dan studi referensi. Pada studi *eksisting*, penulis dan tim menggunakan tabel *SWOT* yaitu penjabaran dari *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat*. Sedangkan untuk studi referensi, penulis dan tim menggunakan aplikasi Gojek karena aplikasi tersebut dapat dibilang cukup sukses dan digunakan oleh banyak kalangan di Indonesia.

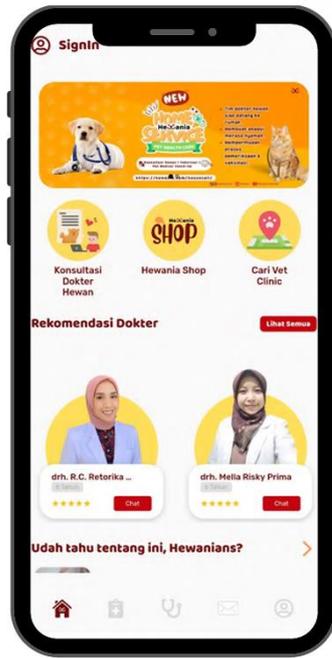
3.4.1 Studi Eksisting

Studi *Eksisting* berfungsi untuk menganalisa kompetitor, sehingga perusahaan dapat mengembangkan perusahaan lebih baik daripada perusahaan kompetitor. Pada studi *eksisting* ini, penulis memilih aplikasi Hewania sebagai kompetitor yang akan di analisa, karena Hewania memiliki kesamaan ide bisnis dan berada pada tingkat bisnis yang sama. Dalam menganalisa studi eksisting, penulis membuat tabel *SWOT* sebagai berikut:

Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyediakan fasilitas konsultasi kesehatan hewan peliharaan ▪ Menyediakan fitur berbelanja di dalam aplikasi ▪ Menyediakan fitur untuk mencari dokter hewan sesuai dengan rekomendasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak menyediakan fitur lain selain kesehatan ▪ Barang-barang yang dapat dibeli terbatas
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fitur layanan lain dapat ditambahkan untuk kenyamanan pengguna 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplikasi lain yang memberikan banyak layanan lain selain kesehatan.

Hewania merupakan salah satu aplikasi *pet care* yang dijadikan kompetitor AluPet sejak awal perancangan ide AluPet dibuat. Pada aplikasi Hewania terdapat fitur kesehatan hewan dan *pet shop*. Dalam fitur kesehatan, mereka memberikan rekomendasi dokter hewan dan klinik hewan terdekat. Sedangkan dalam fitur *pet shop*, pengguna dapat berbelanja kebutuhan hewannya. Namun Hewania juga memiliki perbedaan dengan AluPet karena Hewania hanya memberikan fitur kesehatan dan *pet shop* saja. Selain itu barang-barang yang disediakan oleh Hewania sangat terbatas

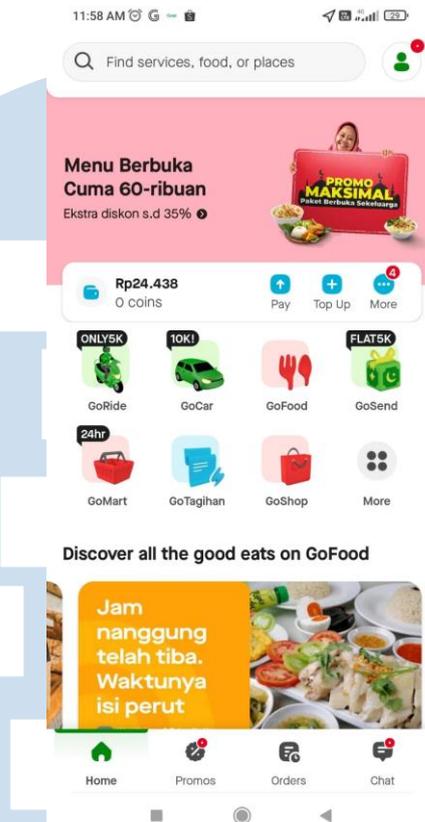


Gambar 3.3 Screenshot Aplikasi Hewania

3.4.2 Studi Referensi

Dalam kebutuhan studi referensi, penulis dan tim menggunakan aplikasi Gojek karena aplikasi tersebut merupakan salah satu aplikasi jasa yang sudah sering didengar dan digunakan oleh masyarakat Indonesia. Aplikasi Gojek juga memiliki banyak fitur layanan sehingga hal tersebut menjadi referensi ketersediaan layanan aplikasi AluPet.

U M N
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



Gambar 3.4 Screenshot Aplikasi Gojek

Tampilan *UI* yang disediakan aplikasi gojek memiliki *icon-icon* dengan arti yang mudah dipahami oleh pengguna. Gojek tidak hanya memperhatikan detail *icon* untuk *navigation bar*, tetapi juga *icon* untuk tiap layanannya diberikan penjelasan fitur dibawah *icon*. Aplikasi ini juga memberikan iklan menarik yang ditawarkan setiap harinya dengan desain yang menarik dan sesuai dengan *style* desain Gojek.

Untuk memudahkan pengguna dalam melihat *history* pembelian, Gojek memilih untuk menyediakan halaman profil pengguna, sehingga pengguna diharuskan untuk membuat akun terlebih dahulu dan dapat melakukan berbagai aktivitas seperti *top-up* Gopay, melihat *history* pembelian, dan sebagainya.

Dengan adanya studi referensi yang merangkum aplikasi Gojek, penulis dan tim dapat memberikan beberapa pilihan desain untuk *UI* aplikasi AluPet. Penulis juga mendapat referensi lainnya berupa konten

promosi, *icon*, dan berbagai elemen yang dapat mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi AluPet.

3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa

Penetapan harga pada aplikasi AluPet ditetapkan oleh penulis dan tim sesuai dengan jenis produk/jasa yang ditawarkan. *Revenue* yang digunakan oleh perusahaan untuk keuntungan melalui komisi adalah sebesar 10% untuk setiap fitur layanan pada aplikasi. Sedangkan untuk keuntungan penjualan produk, perusahaan memiliki *transaction fee* sebesar 3% untuk produk dibawah Rp500.000,00 dan 2,5% untuk produk diatas Rp.500.000,00. Teknis yang akan digunakan oleh perusahaan pada awal perintisan perusahaan adalah melakukan sistem *dropship*, namun transaksi yang dilakukan pengguna tetap berada di dalam aplikasi tanpa terhubung dengan aplikasi lain.

3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa

Pada metode perancangan, penulis dan tim menggunakan metode perancangan dari buku yang terbit pada tahun 2011 berjudul “Graphic Design Solution” milik Robin Landa. Buku tersebut menjelaskan lima tahap dalam proses desain. Penjabaran proses desain aplikasi AluPet dari buku tersebut dapat dijelaskan sebagai poin dibawah ini.

3.6.1. Orientation

Pada proses orientasi, penulis dan tim melakukan pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data tersebut digunakan penulis untuk mengerucutkan target dan memberikan kebutuhan bagi pengguna produk/jasa, sehingga solusi dari permasalahan target market dapat teratasi dengan baik.

3.6.2 Analysis

Pada proses analisis, penulis melakukan analisa strategi yang dapat digunakan untuk perancangan desain produk/jasa. Analisa tersebut diambil dari data yang sudah diperoleh pada proses orientasi. Dalam hal ini, penulis dan tim mempertimbangkan pemilihan *typeface* dan warna pada produk

3.6.3 *Concepts*

Penulis dan tim melakukan *brainstorming* dan *mindmapping* untuk mendapatkan ide yang pada akhirnya penulis dan tim membuat nama, logo, *icon*, serta tema yang akan diangkat oleh perusahaan. Penulis juga melakukan analisa ulang terhadap kompetitor sejenis serta mencari referensi tambahan untuk mengoptimalkan proses pembuatan produk/jasa.

3.6.4 *Design*

Terdapat beberapa tahap yang dilakukan tim untuk melakukan proses desain. Tahap awal adalah dari data yang sudah dimiliki, penulis dan tim melakukan kombinasi serta memulai sketsa penggambaran. Kemudian dilanjutkan dengan merancang penempatan serta *style* desain yang akan digunakan. Setelah desain komprehensif selesai, penulis dan tim melengkapi proses dengan menambahkan mockup produk sebelum melanjutkan ke tahap implementasi.

3.6.5 *Implementation*

Tahap terakhir adalah implementasi, dimana penulis dan tim merealisasikan produk menjadi sebuah aplikasi yang dapat digunakan pengguna. Dalam tahap ini penulis dan tim juga membuka *feedback* yang akan dijadikan bahan pertimbangan untuk kembali mengoptimalkan produk sesuai dengan kebutuhan pengguna.



Gambar 3.5 Metode Perancangan Menurut Robin Landa
Sumber: (Binus.ac.id, 2022)

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* PRODUK/JASA

4.1 *Timeline* dan Tahapan Perancangan *Prototype* Produk/Jasa

Pada *timeline* untuk tahapan perancangan *prototype* produk, penulis dan tim menjabarkan *timeline* sesuai dengan buku “Graphic Design Solution” yang dijelaskan oleh Robin Landa. *Timeline* dan tahap perancangan tersebut dijabarkan dengan tabel dari bulan Januari sampai dengan Juni seperti di bawah ini.

Tabel 4. 1 Tabel *Timeline* Produksi *Prototype* Jasa

Waktu Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Orientation</i>																								
Identifikasi masalah																								
Studi Eksisting																								
Base Plan																								
Kuesioner melalui G-form																								
Focus Group Discussion																								
<i>Analysis</i>																								
Penetapan masalah utama																								
Analisis Data																								
Market Research Validation																								
Persona																								
Design Brief																								

Tabel 4. 2 Tahapan Perancangan *Prototype* Jasa

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Ke-4 (29-31 Januari 2024)	<i>Brand Identity</i>	<i>Brainstorming and Mind Mapping</i>
	Ke-1 (1-4 Februari 2024)		<i>Concepting (moodboard, color palette and typeface)</i>
	Ke-2 (5-7 Februari 2024)		Perancangan Logo AluPet
	Ke-2 (8-10 Februari 2024)		Perancangan Supergrafis AluPet
2	Ke-3 (11-14 Februari 2024)	<i>UI Design</i>	Studi referensi <i>user interface</i>
	Ke-3 (14-17 Februari 2024)		<i>Content writing</i>
	Ke-4 (18-20 Februari 2024)		Perancangan <i>low-fidelity</i>
	Ke-4 (21-22 Februari 2024)		Perancangan ikon dan penentuan <i>typeface</i>
	Ke-4 (23-24 Februari 2024)		Perancangan aset ilustrasi <i>user interface</i>
	Ke- (25-29 Februari 2024)		Revisi dan <i>detailing</i> ilustrasi <i>user interface</i>
	1 Maret - 3 April (1 Maret - 20 April 2024)		Perancangan <i>high-fidelity</i>
3	4 April - 1 Mei (21 April - 4 Mei 2024)	<i>Prototyping</i>	Pengerjaan mekanik dari <i>flow starting point</i> pada <i>prototype</i> aplikasi
	Ke-1 dan ke-2 (5-8 Mei 2024)		Pengerjaan mekanik dari transisi halaman-halaman yang ada pada aplikasi

	Ke-2 (9-18 Mei 2024)		Pengerjaan mekanik dari <i>interaction</i> setiap <i>icon</i> dan <i>button</i> pada halaman-halaman aplikasi
4	Ke-1 (1-5 Maret 2024)	Marketing	<i>Brainstorming and Concepting</i>
	Ke-1 (6-7 Maret 2024)		Perancangan desain <i>flyer</i> AluPet
	Ke-1 (8-9 Maret 2024)		Perancangan desain WA <i>Business Catalog</i>
	Ke-2 (11-13 Maret 2024)		Perancangan desain <i>content feeds</i> Instagram AluPet
	Ke-2 (14-15 Maret 2024)		Perancangan desain <i>content story</i> Instagram AluPet
	Ke-3 (18-20 Maret 2024)		Perancangan desain <i>booth</i> AluPet

4.2 Uraian Perancangan *Prototype* Produk/Jasa

Perancangan *prototype* produk yang dibuat oleh tim memiliki tujuh tahapan yaitu membuat *brief prototype*, *mindmap*, *moodboard*, desain, *draft* desain, revisi, serta finalisasi. Tujuh tahapan tersebut dapat dijabarkan dengan penjelasan sebagai berikut.

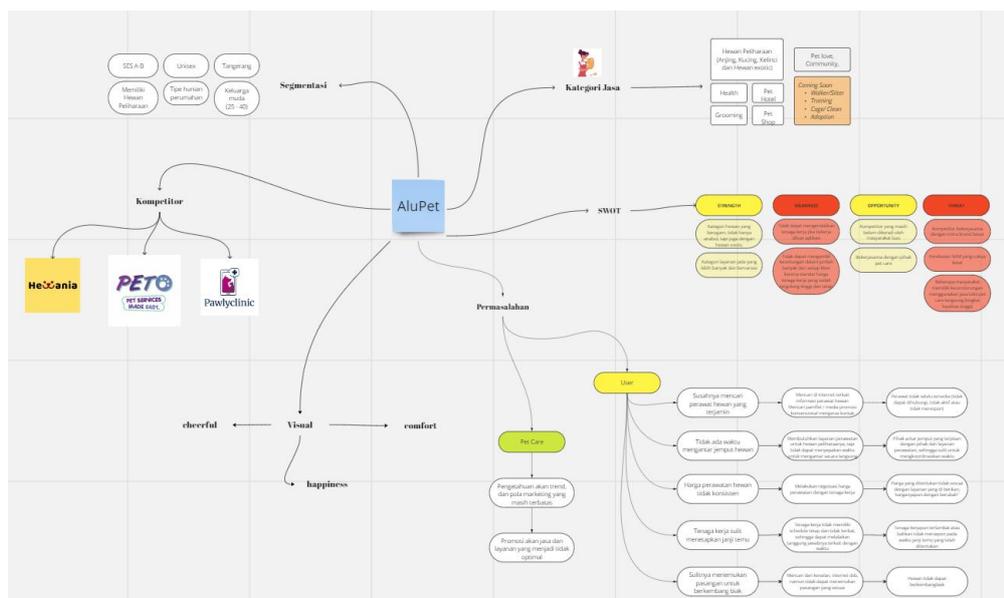
4.2.1 Perancangan *Brief Prototype* Produk/Jasa

Tim kami membuat sebuah produk berupa aplikasi yang menawarkan jasa untuk perawatan hewan peliharaan. Aplikasi ini bernama AluPet, dimana AluPet menyediakan layanan seperti *pet grooming*, *pet health*, dan *pet hotel* dengan tujuan mempermudah pemilik hewan peliharaan mensejahterakan hewan peliharaannya. Dalam tahap perancangan *brief prototype* ini, kami mengacu kepada *keywords* yang sudah ditetapkan yaitu *cheerful*, *happiness*, dan *comfort*. Dengan adanya pilar *keywords* tersebut, penulis dan tim dapat merancang desain yang minimalis, sederhana, namun dapat menarik perhatian pengguna.

Pada tahap perancangan ini, tim juga melakukan *brainstorming* terhadap *color palette*, serta ilustrasi gambar yang akan menjadi ilustrasi dari AluPet. Warna-warna yang cerah dipilih menjadi *main color* dari AluPet, sedangkan warna dasar seperti hitam dan putih dipilih sebagai warna sekunder. Ilustrasi seperti gambar dalam logo, supergrafis, dan elemen gambar lainnya disesuaikan dengan kebutuhan dari tema AluPet, sehingga tujuan AluPet dalam memberikan manfaat untuk para pemilik hewan dapat tersampaikan dengan baik melalui elemen-elemen tersebut.

4.2.2 Mind Mapping Brainstorming

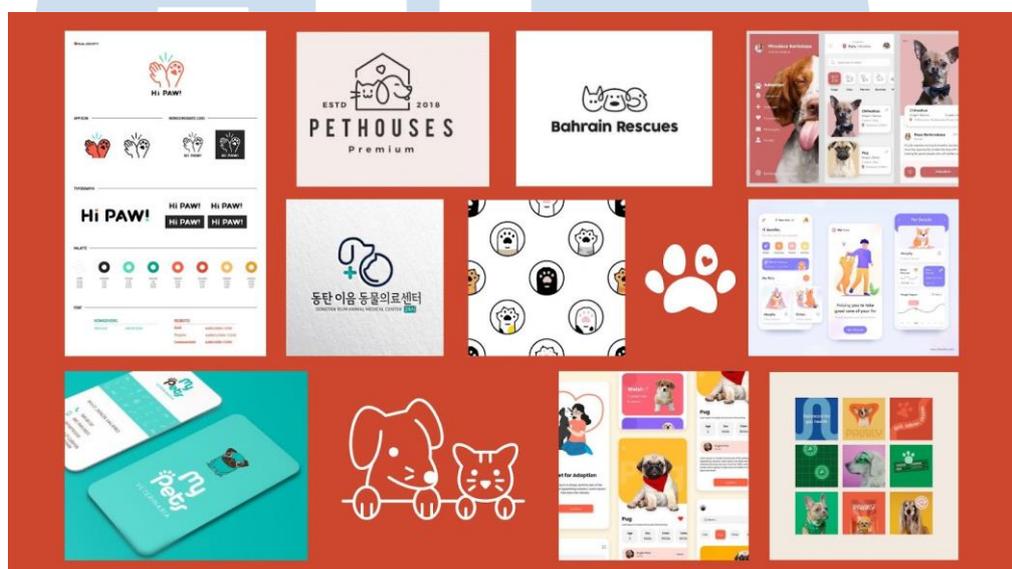
Menurut Anggarini (2021), *mind map* berguna untuk mencari kata kunci yang akan dikembangkan dan menjadi acuan selama proses perancangan terjadi. Tim AluPet sendiri telah melakukan *brainstorming* dan *mind mapping* dalam proses perancangan desain AluPet. Diskusi tersebut mengarah pada tiga *keywords* yang menjadi pilar utama AluPet yaitu *cheerful*, *happiness*, dan *comfort*. Tiga *keywords* tersebut dapat membantu tim untuk membuat desain yang sejalan dengan mencakup tema *cheerful*, *happiness*, dan *comfort*.



Gambar 4. 1 Mindmap AluPet

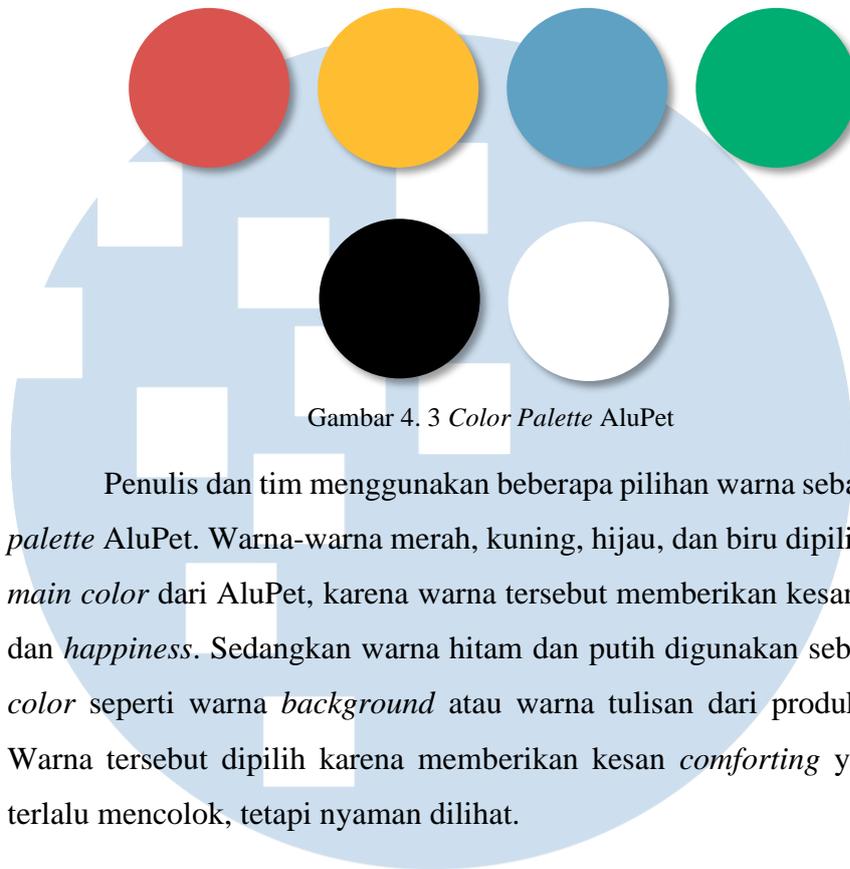
4.2.3 Moodboard

Menurut Dedy Kurniawan (2020), kata kunci diambil dari objek berupa benda, bentuk geometris, hewan dan warna. Maka dari itu AluPet memberikan tiga buah kata kunci dari bahasa Inggris yaitu *cheerful* (ceria), *happiness* (kebahagiaan), dan *comfort* (kenyamanan). Dengan adanya tiga kata kunci ini, tampilan desain AluPet akan dibuat sesuai visual dari ketiga kata kunci tersebut.



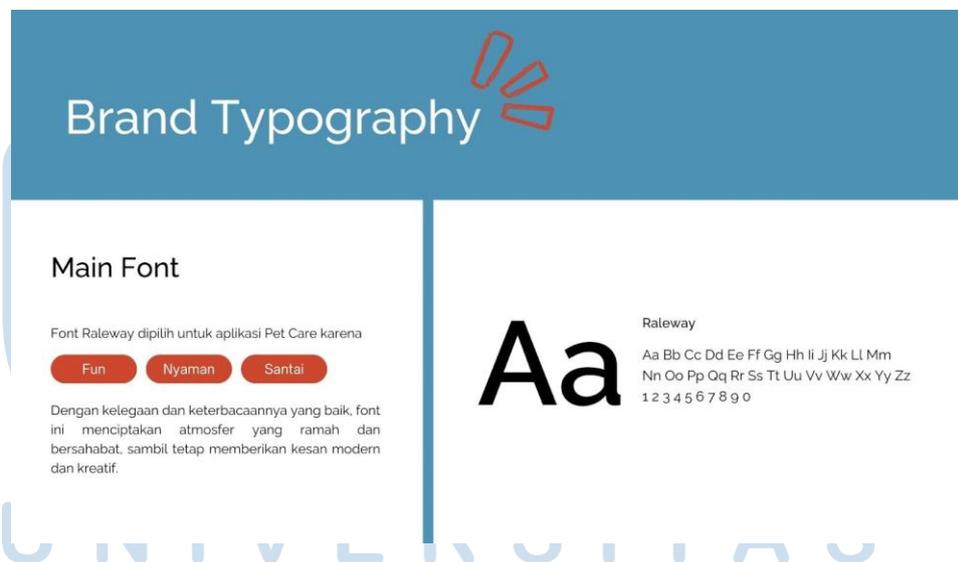
Gambar 4. 2 Moodboard AluPet

Gaya visual yang digunakan penulis dan tim untuk *brand identity*nya didapatkan dari beberapa referensi yang kami padukan. Pada awalnya, logo AluPet yang ingin kami rancang adalah logo dengan *style lineart*. *Style* tersebut memberikan ketertarikan tersendiri kepada kami karena logo akan terlihat sederhana dan tidak terlalu formal. Perpaduan warna yang ceria juga menjadi pertimbangan kami dalam membuat logo, karena dari beberapa referensi, warna-warna ceria tersebut lebih menarik perhatian kami sebagai konsumen awam.



Gambar 4. 3 *Color Palette* AluPet

Penulis dan tim menggunakan beberapa pilihan warna sebagai *color palette* AluPet. Warna-warna merah, kuning, hijau, dan biru dipilih sebagai *main color* dari AluPet, karena warna tersebut memberikan kesan *cheerful* dan *happiness*. Sedangkan warna hitam dan putih digunakan sebagai *base color* seperti warna *background* atau warna tulisan dari produk AluPet. Warna tersebut dipilih karena memberikan kesan *comforting* yang tidak terlalu mencolok, tetapi nyaman dilihat.



Gambar 4. 4 *Typography* AluPet

Typeface yang digunakan tim dalam aplikasi, *website*, dan berbagai media informasi AluPet adalah *Font* Raleway dan Poppins. *Font* Raleway digunakan sebagai *main font* atau *font* utama dari AluPet. *Font* ini dipilih

oleh tim karena memiliki kesan yang tidak terlalu formal, ceria, namun tetap sopan. *Stroke* yang digunakan ada beberapa jenis seperti *regular*, *semi bold*, *bold*, dan *black*. *Stroke* tersebut kami gunakan sesuai kebutuhan desain. Terdapat juga *Font Poppins* yang digunakan tim untuk mengisi kekurangan dari *Font Raleway*. Kekurangan dari *Font Raleway* ada pada angka yang tingginya tidak teratur, sehingga terkesan tidak rapi. Sehingga penulis dan tim memutuskan untuk mengganti tiap angka menggunakan *Font Poppins*.

4.2.4 Perancangan Desain

Menurut Sofyan, Gustomi, & Fitrianto (2016) mendefinisikan perancangan atau desain sebagai langkah penerapan berbagai teknik dan prinsip untuk merinci suatu perangkat, proses, atau sistem dengan cukup detail sehingga dapat direalisasikan secara fisik.

4.2.4.1 Brand Identity

Identitas merek menurut Aaker (2000) merupakan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Identitas AluPet diawali dari perancangan logo, dimana AluPet memiliki sebuah logo berjenis *pictorial mark* yang dikombinasikan dengan *word mark*.

1. Logo

Pada gambar dibawah tercantum beberapa logo AluPet dengan berbagai warna sebagai alternatif, serta icon yang memiliki arti tertentu.



Gambar 4. 5 Logo AluPet

Di dalam logo aplikasi AluPet terdapat 4 jenis ikon. Ikon pertama terdapat *lineart* berbentuk hewan anjing yang mewakili hewan jenis anabul (anak bulu). Terdapat pula ikon kadal yang mewakili hewan jenis *exotic*. Di sekeliling 2 hewan tersebut terdapat ikon rumah yang memiliki arti bahwa aplikasi ini dapat menjadi tempat yang nyaman bagi pemilik maupun hewan peliharaan. Terakhir terdapat ikon hati yang mewakilkan rasa cinta dan sayang pemilik hewan dan para pekerja aplikasi kami kepada hewan peliharaan mereka.

Dalam elemen warna, kami menggunakan beberapa alternatif warna logo. Pemilihan warna yang kami gunakan untuk warna netral adalah warna putih, yang bermakna bahwa aplikasi kami adalah aplikasi jasa untuk membantu pemilik dalam mensejahterakan hewan peliharaannya. Selain warna netral, kami juga membuat alternatif logo dengan warna yang memiliki arti bahwa aplikasi kami menyediakan berbagai macam layanan untuk berbagai jenis hewan peliharaan, sehingga kami memadukan berbagai warna seperti merah, kuning, hijau, dan biru dalam logo kami. Alasan lain mengapa warna-warna tersebut kami gunakan sebagai alternatif logo kami adalah karena warna tersebut adalah warna yang identik dengan kesan ceria, sehingga warna-warna tersebut akan kami gunakan sebagai salah satu *brand identity* di dalam aplikasi AluPet sebagai warna primer dan sekunder. Terakhir, terdapat pula warna hitam sebagai warna alternatif untuk situasi tertentu seperti, warna logo tidak terlihat jelas karena latar yang terlalu terang dan sebagainya.

2. *Supergraphic*

Menurut Kankan (2020), *supergraphic* dalam elemen visual pada identitas visual berkaitan dengan logo. Sedangkan menurut Suriyanto Rustan (2009) *Supergraphic* adalah elemen-elemen visual yang digunakan dalam segala bentuk pengaplikasian logo.

History, dan *Profile* dengan tambahan *Hamburger Menu*. Pada menu *Service* dan *Shop*, pembagian sesuai jenis hewan seperti anjing, kucing, kelinci, dan hewan *exotic* akan ditampilkan setelah pengguna menekan menu tersebut.

2. Halaman Aplikasi

Pada aplikasi AluPet, terdapat halaman-halaman aplikasi yang berisi *UI* aplikasi mendatang. *UI* tersebut dibuat interaktif sehingga penulis dan tim membuat halaman-halaman yang dapat dijelajahi oleh pengguna aplikasi.

a. *Landing Page*

Landing Page pada Aplikasi AluPet, diisi dengan logo AluPet berwarna putih. Selain itu, di bagian latar terdapat supergrafik yang dibalut dengan warna merah, warna tersebut memiliki *opacity* medium.



Gambar 4. 8 *High Fidelity* Halaman *Landing*

b. *Welcome Page*

Setelah tampilan *Landing Page* sudah hilang, pengguna nantinya tiba di *Welcome Page* dengan logo AluPet yang berada di tengah atas. Dalam tampilan *Welcome Page* juga ada menu untuk *login* dan juga *create account*. Apabila pengguna sudah

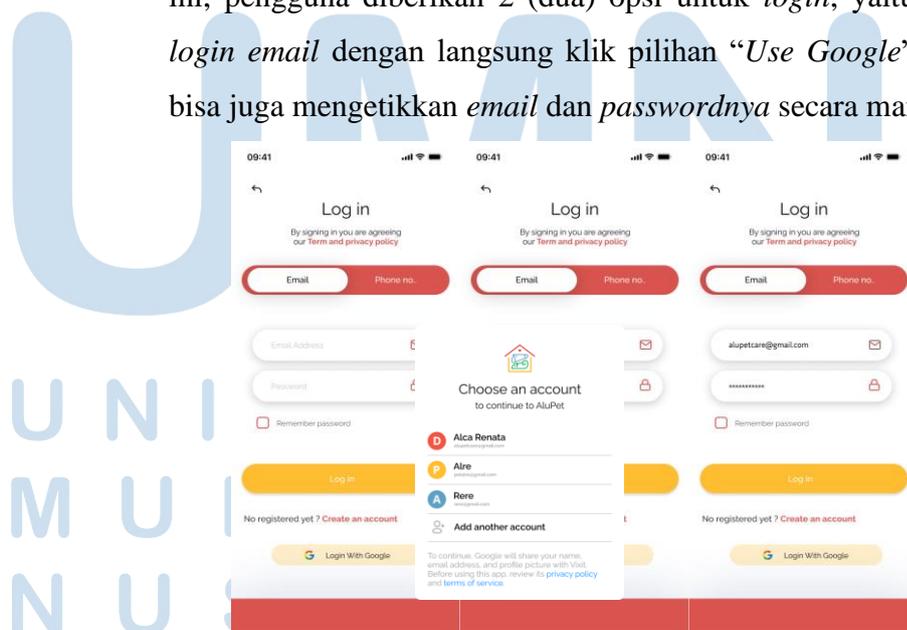
memiliki akun, maka mereka bisa memilih menu *login*, tapi jika pengguna belum memiliki akun, maka pengguna bisa memilih menu *create account* terlebih dahulu.



Gambar 4. 9 *High Fidelity* Halaman *Welcome*

c. *Login Page Email*

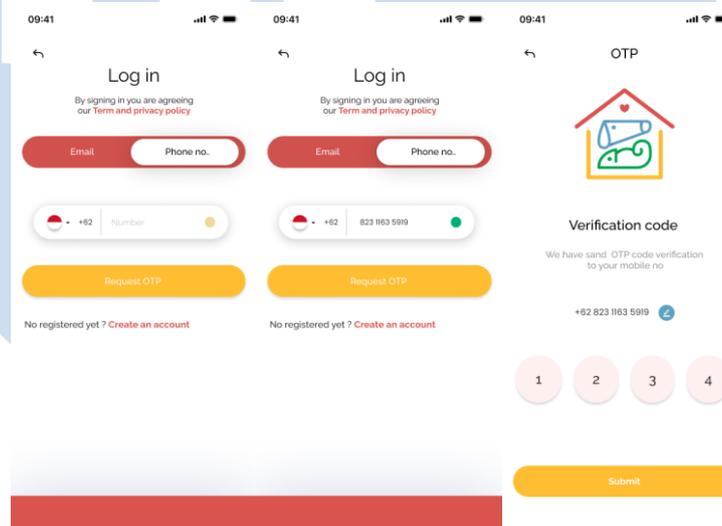
Apabila pengguna sudah memiliki akun dan memilih menu *login*, nantinya mereka akan diarahkan ke menu *Login*. Pada pilihan pertama, terdapat menu *Login Page Email*. Dalam menu ini, pengguna diberikan 2 (dua) opsi untuk *login*, yaitu bisa *login email* dengan langsung klik pilihan “*Use Google*” atau bisa juga mengetikkan *email* dan *passwordnya* secara manual.



Gambar 4. 10 *High Fidelity* Halaman *Login Email*

d. *Login Page* Nomor Telepon

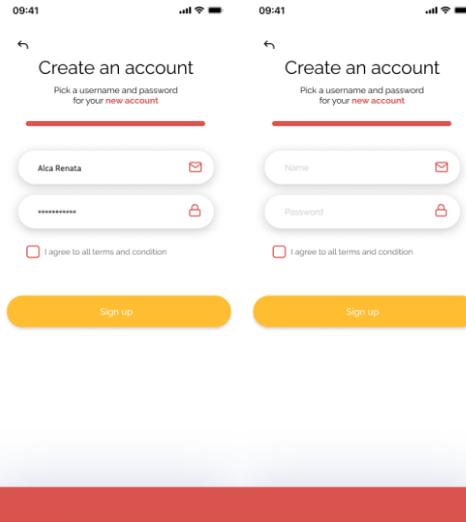
Pada pilihan login yang kedua, terdapat menu *Login Page* Nomor Telepon. Pada menu ini, pengguna dapat melakukan *login* dengan memasukkan nomor telepon mereka, lalu menekan tombol “*Request OTP*” yang nantinya kode *OTP* akan dikirimkan melalui aplikasi WhatsApp. Apabila ternyata pengguna belum terdaftar, mereka diberikan pilihan untuk *create an account* untuk membuat akun baru.



Gambar 4. 11 *High Fidelity* Halaman *Login* Nomor Telepon

e. *Sign Up Page*

Apabila pengguna belum memiliki akun, maka nantinya mereka akan diarahkan ke menu *Sign Up Page* setelah memilih pilihan *Create an Account*. Pada menu ini pengguna dapat memasukkan *email* dan *password* mereka yang nantinya dapat digunakan untuk *login* pada aplikasi AluPet. Pengguna juga harus memberikan tanda centang terlebih dahulu pada bagian “*I agree to all terms and condition*” sebelum menekan tombol *sign up*.



Gambar 4. 12 *High Fidelity* Halaman *Sign Up*

f. *Homepage*

Ketika pengguna sudah berhasil untuk melakukan *login account*, maka mereka akan masuk ke dalam menu *Homepage*. Pada menu ini, pengguna bisa searching kebutuhan mereka dengan menekan ikon *search*. Selain itu, pengguna juga bisa memilih kategori dari hewan peliharaan mereka. Dalam menu ini juga terdapat iklan diskon menarik. Lalu, menu ini bisa di *scroll* ke bawah untuk melihat pilihan *Reminder*, *Latest News*, dan *Community*. Pada bagian paling bawah terdapat *navigation bar* seperti *home*, *service*, *shop*, *orders*, dan juga *profile*. Pada bagian kiri atas terdapat juga *fries menu* yang didalamnya terdapat pilihan *About*, *Goal*, *Calendar*, *Contact Us*, *Pet Love*, dan juga *Log Out*. Pada bagian kanan atas terdapat menu *chat* yang nantinya dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan *chatting* bersama pengguna lain atau grup mereka.

U
NIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4. 13 *High Fidelity* Halaman *Home*

g. *About*

About pada aplikasi AluPet dapat dilihat pengguna untuk mengetahui informasi singkat mengenai AluPet. Di halaman tersebut, terdapat informasi seperti pengertian serta kepanjangan dari AluPet.



Gambar 4. 14 *High Fidelity* Halaman *About*

h. *Goals*

Goals pada aplikasi AluPet dapat dilihat pengguna di menu *fries bar* untuk mengetahui informasi singkat mengenai AluPet.

Di halaman tersebut, terdapat informasi seperti tujuan, serta visi dan misi dari aplikasi AluPet.



Gambar 4. 15 High Fidelity Halaman Goals

i. Calendar

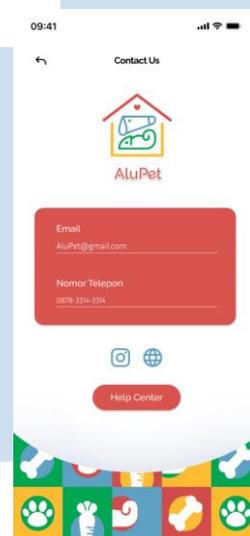
Menu kalender berguna untuk merancang jadwal yang akan digunakan pengguna untuk melaksanakan jadwal seperti *grooming*, *health*, dan *hotel*. Selain itu, kalender ini dapat digunakan di menu *order* ketika pengguna akan membeli jasa yang disediakan AluPet.



Gambar 4. 16 High Fidelity Halaman Calendar

j. *Contact*

Untuk pergi ke halaman *contact*, pengguna dapat membuka *fries menu button* yang ada di pojok kiri atas pada halaman utama. Di dalam halaman ini, terdapat logo alupet, serta informasi seperti *email* dan nomor telepon AluPet yang dapat dihubungi. Kami juga memberikan tambahan informasi seperti sosial media AluPet serta *website* dari alupet.



Gambar 4. 17 *High Fidelity* Halaman *Contact Us*

k. *Pet Details*

Halaman *pet details* berisi mengenai keterangan singkat dari tiap hewan, seperti anjing, kucing, kelinci, dan *exotic*. Di dalam tiap halaman juga terdapat pilihan untuk membuka halaman *service*, *shop*, *community*, *news*, dan *love*. Pemilihan warna disesuaikan dengan jenis kategori hewan seperti anjing yang berwarna merah, kucing berwarna kuning, kelinci berwarna biru, dan *exotic* yang berwarna hijau. Khusus pada halaman *exotic*, terdapat beberapa keterangan hewan *exotic* yang tersedia. Beberapa diantaranya seperti, kura-kura, ular, kadal, *bearded dragon*, dan *gecko*.



Gambar 4. 18 High Fidelity Halaman Pet Details

l. Service

Pada halaman *service*, AluPet membagi kategori sesuai kategori hewan, yaitu anjing, kucing, kelinci, dan *exotic*. Sedangkan untuk layanan yang disediakan, semua hewan memiliki layanan *grooming*, *health*, *hotel*, dan *shop*. Namun untuk hewan *exotic*, tidak ada layanan *grooming* yang disediakan, karena *grooming* yang disediakan hanya untuk hewan anabul.



Gambar 4. 19 High Fidelity Halaman Service

m. Shop

Pada halaman *shop*, AluPet membagi kategori sesuai kategori hewan, yaitu anjing, kucing, kelinci, dan *exotic*. Dalam menu ini, pengguna dapat memilih pilihan *shop* yang menampilkan semua produk, atau hanya makanan, aksesoris,

mainan, kebersihan, kesehatan, dan lainnya sesuai dengan kebutuhan pengguna.

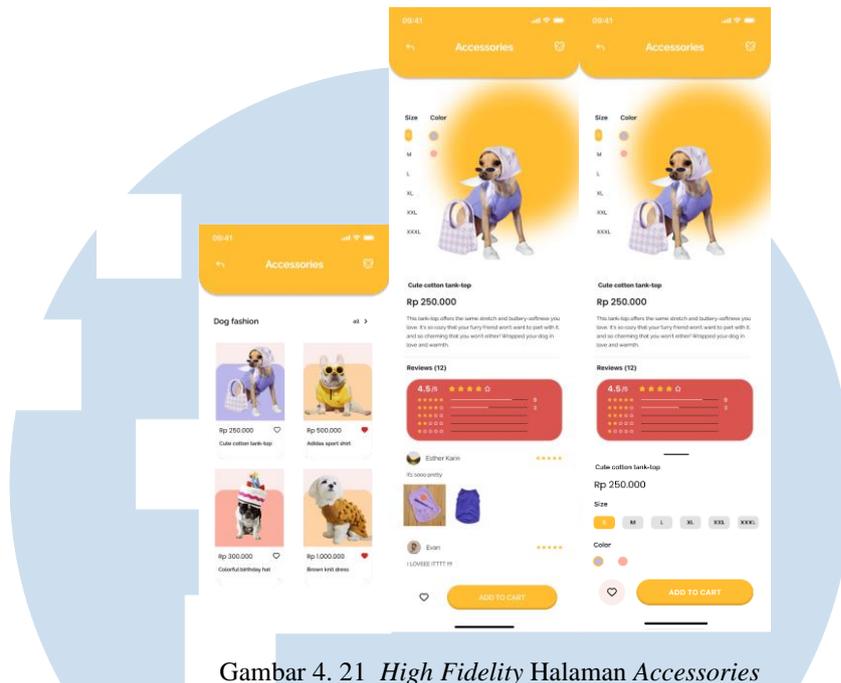


Gambar 4. 20 *High Fidelity* Halaman Shop

n. *Accessories Shop*

Pada menu *accessories*, pengguna dapat melihat bentuk, ukuran serta warna barang yang tersedia, deskripsi singkat, dan *review* dari pengguna lainnya. Pengguna juga dapat memberikan *like* ke beberapa barang yang menurutnya menarik. Jika pengguna ingin menambahkan barang ke *wishlist/cart*, pengguna akan diminta untuk mengisi ukuran serta warna barang yang diinginkan, setelah itu pengguna baru dapat menambahkannya ke *wishlist* aplikasi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4. 21 *High Fidelity* Halaman *Accessories*

o. Pet Love

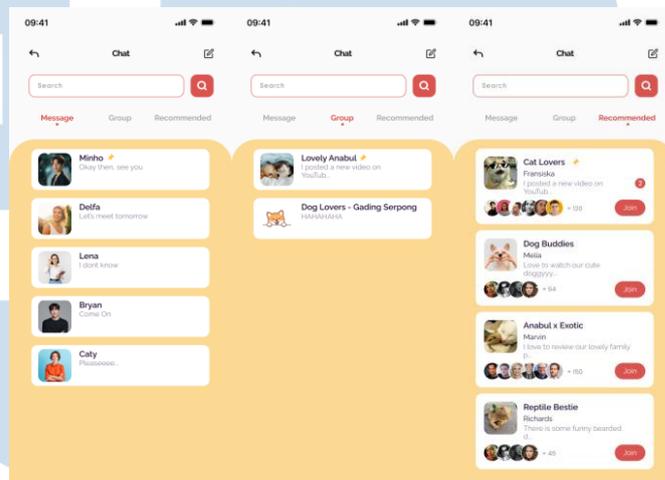
Pada halaman *pet love*, pengguna dapat mencari hewan peliharaan sesuai dengan *gender* dan preferensi dari pemilik hewan. Pada menu ini, pengguna dapat memilih kategori hewan, jenis kelamin hewan, serta hewan yang akan dijodohkan. Cara penggunaannya adalah dengan menggeser layar ke kiri untuk menolak dan menggeser layar ke kanan untuk menjodohkan.



Gambar 4. 22 *High-Fidelity* Halaman *Pet Love*

p. *Chat*

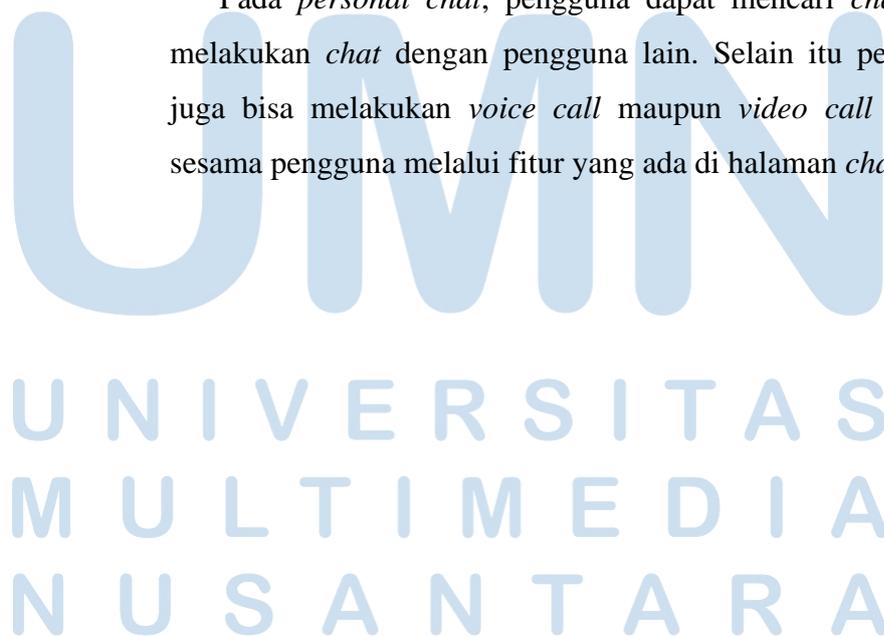
Pada halaman *chat*, pengguna dapat melakukan *personal chat* dengan pengguna lain, selain itu pengguna juga dapat *join* ke grup komunitas, sedangkan pada *slide* rekomendasi, pengguna dapat mencari dan menambahkan pengguna lain atau *join* ke grup tertentu.

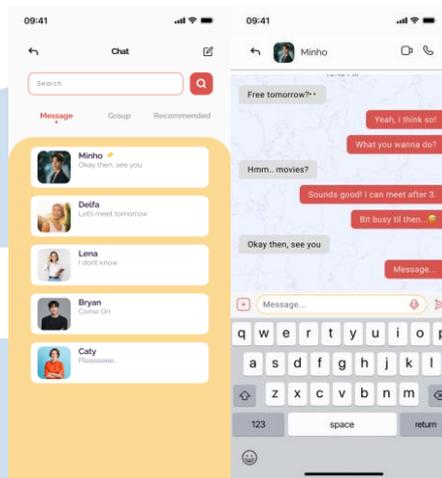


Gambar 4. 23 High-Fidelity Halaman Chat

q. *Personal Chat*

Pada *personal chat*, pengguna dapat mencari *chat* serta melakukan *chat* dengan pengguna lain. Selain itu pengguna juga bisa melakukan *voice call* maupun *video call* dengan sesama pengguna melalui fitur yang ada di halaman *chat*.

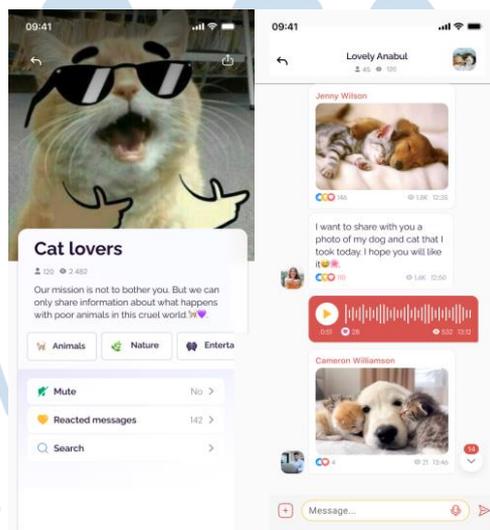




Gambar 4. 24 High-Fidelity Halaman *Personal Chat*

r. *Group Chat*

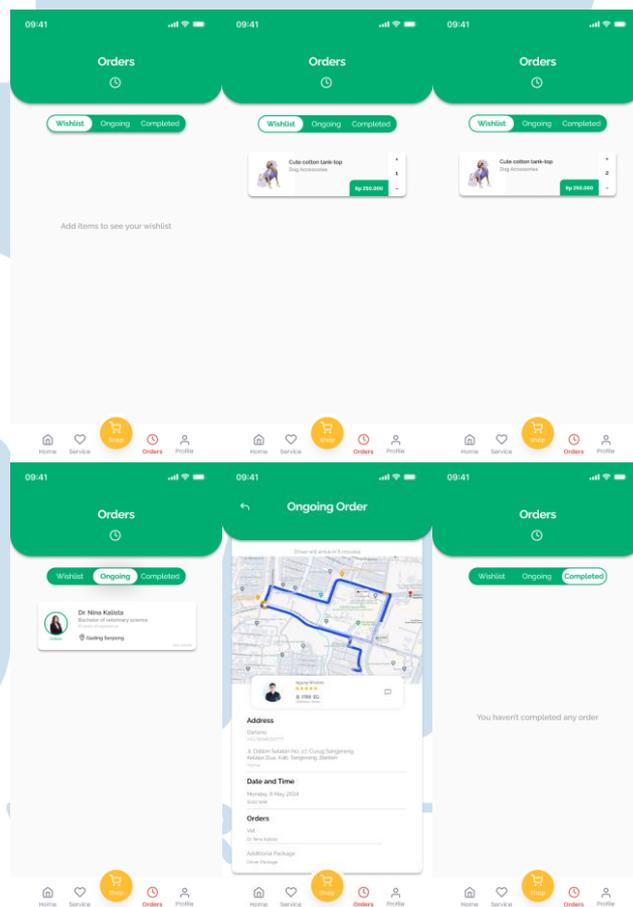
Pada kolom *group chat*, pengguna dapat bergabung dengan grup yang sudah terbentuk seperti grup untuk *cat lovers*, *dog lovers*, dan semacamnya. Selain itu, pada grup *chat*, pengguna dapat berbagai *voice notes* serta gambar dari hewan peliharaan mereka. Terdapat beberapa opsi pengaturan yang dapat mempermudah pengguna seperti pilihan untuk *mute* grup serta opsi *search* untuk mencari pesan di dalam grup.



Gambar 4. 25 High-Fidelity Halaman *Group Chat*

s. *Order*

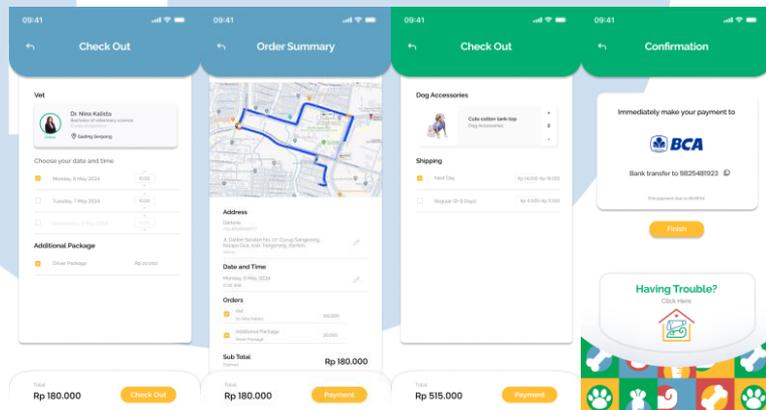
Pada halaman *order*, pengguna dapat menggeser pilihan *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Pada pilihan *wishlist*, pengguna dapat melihat *list* produk yang ditambahkan olehnya dari menu *pet shop*. Pengguna juga dapat menambah atau mengurangi kuantitas produk yang sudah ditambahkan ke *wishlist*. Pada *slide ongoing*, pengguna dapat melihat produk yang sudah di *checkout* dan dikirim ke alamat tertera. Terakhir, pada *slide completed*, pengguna dapat melihat produk yang sudah terkirim dan diterima oleh pengguna.



Gambar 4. 26 High-Fidelity Halaman *Order*

t. *Check Out dan Payment*

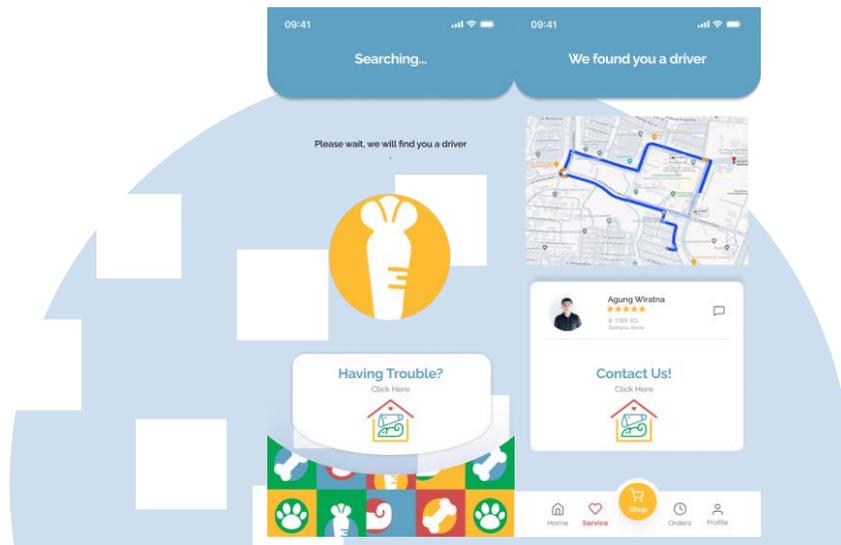
Pada halaman *check out*, pengguna dapat memilih beberapa pilihan yang disediakan oleh AluPet. Pada pilihan jasa, pengguna dapat memilih tanggal, waktu, serta pilihan *additional package* untuk *driver*. Sedangkan untuk produk, pengguna dapat memilih jasa ekspedisi. Setelah semuanya dipilih, pengguna yang membeli jasa dapat melihat kembali dan memastikan tanggal, alamat rumah, dan informasi tambahan lainnya. Setelah semuanya selesai, maka pengguna dapat segera melakukan pembayaran.



Gambar 4. 27 High-Fidelity Halaman *Check Out and Payment*

u. *Searching for Driver*

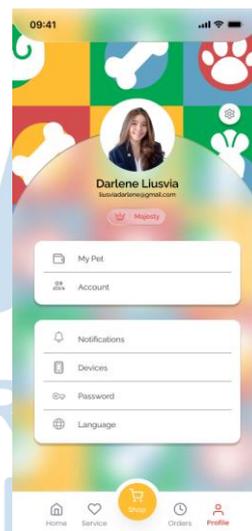
Jika pengguna sudah memesan barang atau jasa, pengguna akan mendapatkan notifikasi dan pencarian *driver* akan dimulai sesuai waktu yang sudah ditentukan. Jika pengguna sudah mendapatkan *driver*, maka aplikasi akan langsung berpindah ke halaman selanjutnya dimana akan terdapat informasi singkat mengenai foto, nama, dan *rate* dari *driver*. Terdapat juga informasi tambahan berupa plat nomor dan jenis kendaraan dari *driver* tersebut.



Gambar 4. 28 High-Fidelity Halaman Find Driver

v. *Profile*

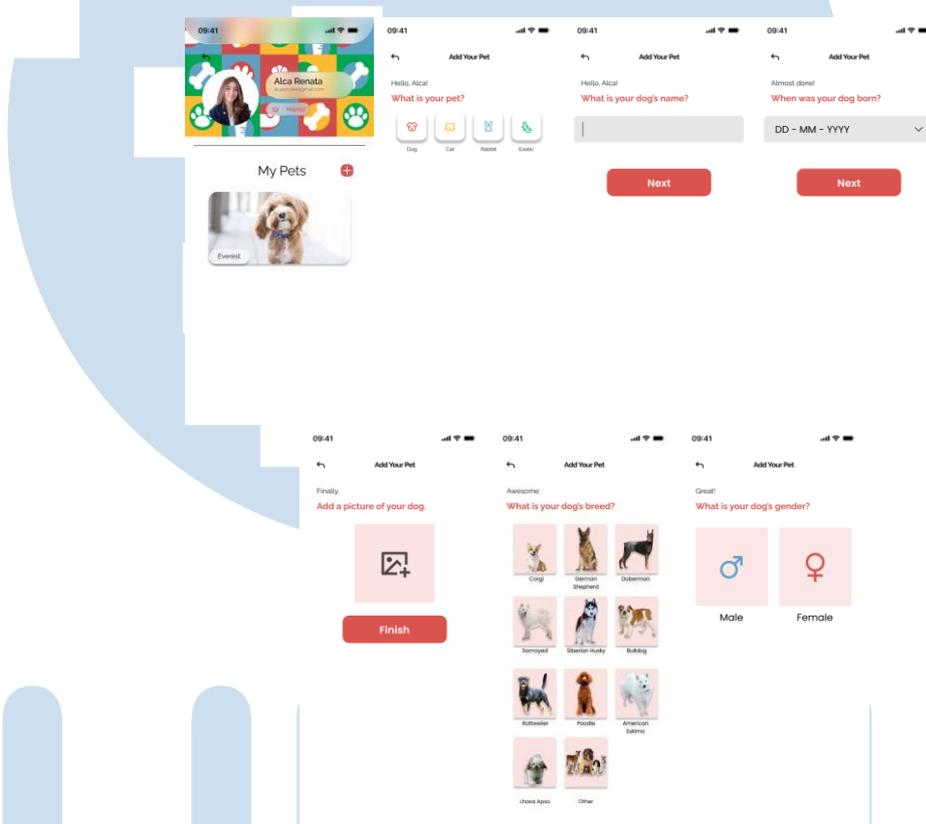
Pada halaman *profile*, terdapat keterangan nama pengguna, *email* pengguna, sesrta beberapa ikon seperti *my pet*, *account*, *notifications*, *devices*, *password*, serta *language* yang dapat diatur oleh pengguna sesuai kenyamanan pengguna. Selain itu, latar dari halaman profil dibuat menggunakan supergrafik dengan tambahan latar transparan semi *blur*.



Gambar 4. 29 High-Fidelity Halaman Profile

w. *My Pet*

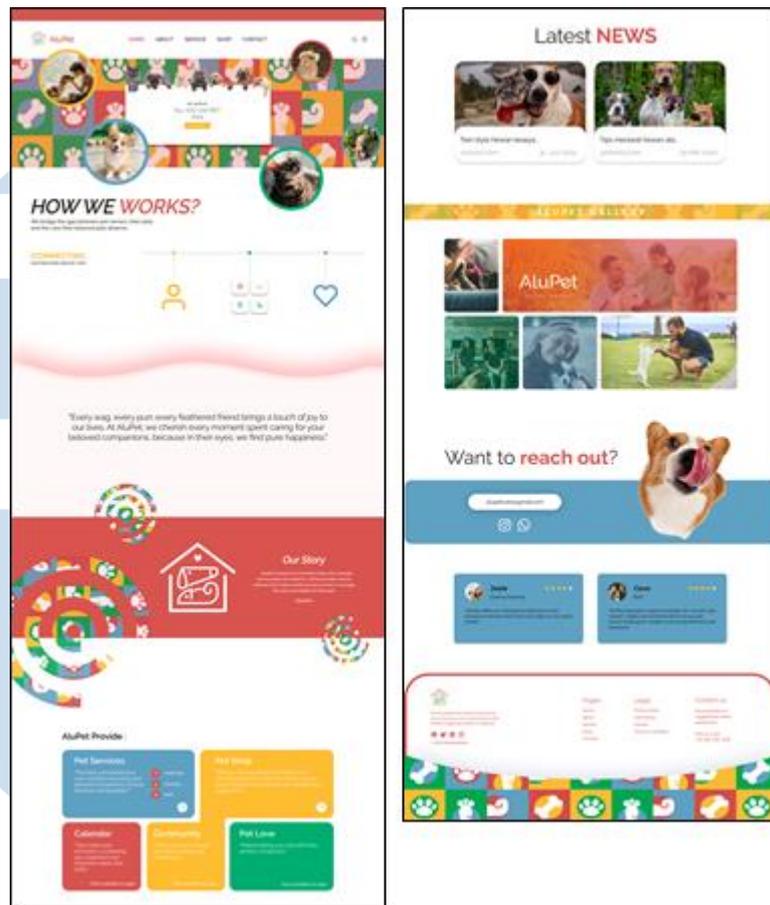
Pengguna dapat menyimpan data diri hewan peliharaan pada aplikasi AluPet. Pengisian data diri dapat dimulai dari kategori hewan, nama, jenis ras, jenis kelamin, tanggal lahir, dan foto hewan. Menu *My Pet* ini dapat ditemukan di profil pengguna.



Gambar 4. 30 *High-Fidelity* Halaman *My Pet*

3. Halaman *Website*

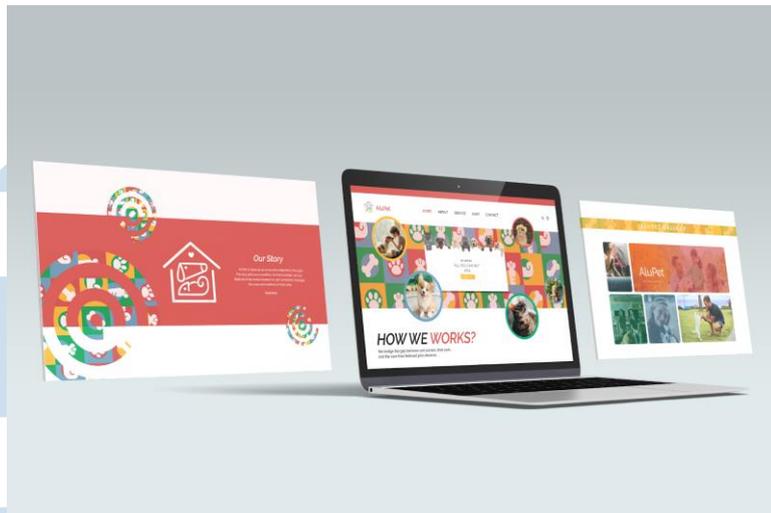
Tim AluPet menyediakan *website* yang dapat diakses oleh pengguna AluPet. Dengan adanya *website*, penulis dan tim berharap untuk dapat mempermudah pengguna dalam mencari tahu lebih dalam tentang AluPet dan menambah kepercayaan pengguna.



Gambar 4. 31 Desain Website AluPet

Website AluPet menyediakan penawaran layanan yang tersedia di aplikasi dan memberikan keterangan detail mengenai layanan seperti *health care*, *grooming*, dan *hotel*. Selain itu, informasi seperti visi dan misi AluPet, serta beberapa informasi penting lainnya juga dicantumkan di dalam *website*.

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



Gambar 4. 32 *Mock-up Website AluPet*

4.2.4.3 *Desain Marketing Customer*

Penulis dan tim AluPet membuat strategi *marketing* untuk *customer (B2C)* AluPet menggunakan ilmu yang dimiliki oleh tim. Maka dari itu penulis dan tim menyusun strategi *marketing* dengan menggunakan *direct* dan *digital marketing*. Strategi *marketing* tersebut diimplementasikan dengan menggunakan metode AISAS pada strategi *digital marketing* yaitu dengan membuat konten Instagram baik *story*, *feeds*, maupun *reels*. Penulis dan tim juga membuat *flyer* dan *booth exhibition* untuk strategi *direct marketing*. Terakhir, kami juga membuat WhatsApp *Business* katalog yang bertujuan sebagai *platform* awal berjalannya bisnis AluPet.

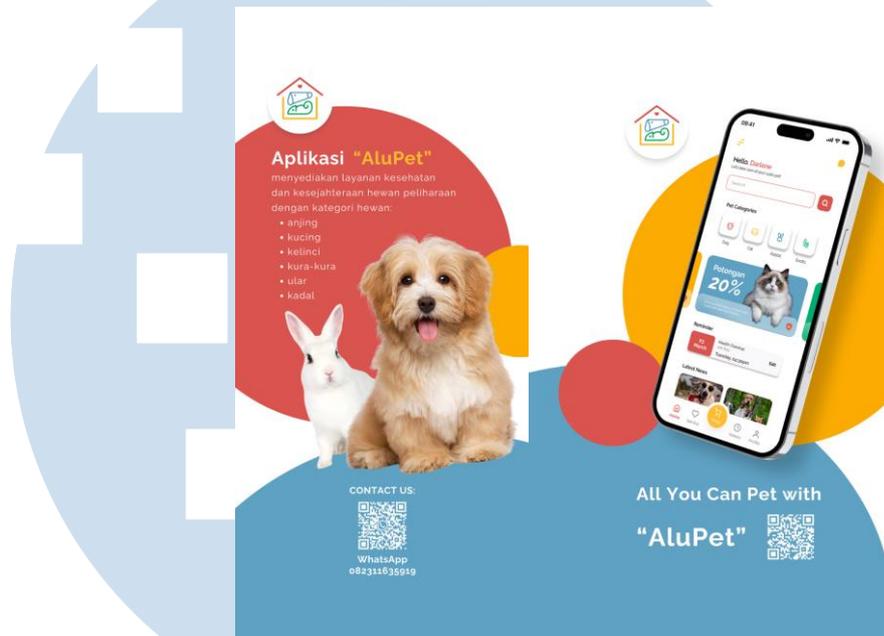
1. *Story dan Reels Instagram*

Pembuatan *story* dan *reels* Instagram AluPet sendiri dibuat menggunakan beberapa *platform* yaitu Adobe Illustrator, Adobe Photoshop dan CapCut. Berikut penjabaran mengenai detail dari desain dan tujuan dibuatnya konten.

a. *Konten QR WhatsApp Bussiness*

Tim AluPet menyebarkan *awareness* untuk menaikkan AluPet melalui *story* Instagram melalui Instagram alupet.id serta

Instagram pribadi tim. Sebelum adanya *launching* aplikasi, maka tim kami menyebarkan *story* yang berisi QR code whatsapp *business* dari AluPet, serta nomor telepon tertulis.



Gambar 4. 33 Konten QR WhatsApp Business

b. Konten AluKnow dan AluFact

Pada bulan Mei, Tim AluPet memiliki keinginan untuk menambah *awareness* untuk sosial media instagram AluPet. Akhirnya tim AluPet membuat konten instagram seminggu tiga kali. Kami menyediakan konten edukatif bernama “AluFact” serta konten kuis berupa “AluKnow”. Konten tersebut akan terus diperbarui tiap minggunya sehingga dapat terus menarik perhatian pengguna.

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



Gambar 4. 34 Konten AluKnow dan AluFact

2. Feeds Instagram

Tim AluPet juga menyebarkan *awareness* di *feeds* Instagram AluPet yang terdiri dari 6 *feeds* dan menyambut pengguna melalui pengenalan tentang aplikasi AluPet dan fasilitas layanan yang disediakan oleh AluPet.



Gambar 4. 35 Feeds Instagram AluPet

3. Flyer

Tim kami juga menyebarkan *flyer* dengan keterangan kategori hewan serta layanan jasa yang kami sediakan. Selain itu kami juga mencantumkan kontak yang dapat dihubungi oleh pengguna,

sehingga meskipun aplikasi belum sepenuhnya terbentuk, pengguna tetap dapat merasakan layanan jasa dari AluPet.



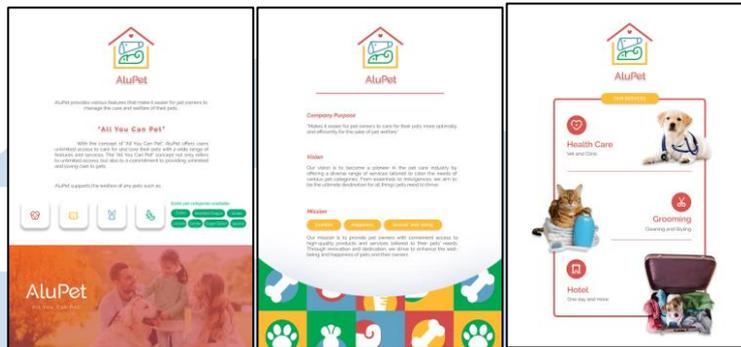
Gambar 4. 36 Flyer AluPet

4. Whatsapp *Business Catalog*

Pada katalog yang ada di Whatsapp *Bussiness* AluPet, terdapat beberapa pilihan seperti *about us*, *information*, dan berbagai *pricelist* untuk *services* yang disediakan oleh AluPet. Berikut beberapa penjelasan *detail* dari pilihan dalam katalog.

a. *About Us*

Pada katalog WhatsApp, terdapat keterangan singkat mengenai AluPet berupa deskripsi singkat mengenai AluPet dan beberapa jenis hewan yang disediakan AluPet. Di halaman selanjutnya, terdapat juga tujuan, serta visi misi dari AluPet. Sedangkan di halaman terakhir, terdapat jenis-jenis layanan yang disediakan AluPet yaitu *health care*, *grooming*, dan *hotel*.



Gambar 4. 37 Katalog *About Us*

b. Information

Pada kategori informasi, terdapat juga informasi pendukung yang wajib diketahui oleh konsumen agar mereka dapat memahami *terms and condition* yang diberikan oleh AluPet. Kami menjelaskan bahwa untuk memesan layanan, konsumen harus membayar uang deposit tambahan sebesar 10%. Terdapat juga tambahan informasi mengenai AluDriver, dimana untuk memesan *driver*, *fee* untuk pengiriman akan dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh *driver*.



Gambar 4. 38 Katalog *Information*

c. Dog Services Price List

Pada katalog *dog services* terdapat tiga *services* yaitu *i*. Untuk *pricelist health care*, biaya *checkup* berada di *range* 150.000. Sedangkan untuk vaksinasi anjing, biaya yang

harus dibayarkan mulai dari 215.000 sampai 370.000. Khusus untuk vaksinasi, konsultasi tidak dipungut biaya.

Health Care Pricelist	
Vet and Clinic	
CHECKUP	
Konsultasi	150k
VAKSINASI (include konsultasi)	
Felocel 3	335k
Felocel 4	365k
Defensor	295k
Rabison	295k
Eurican 4	345k
Eurican 6	355k
Eurican 7	370k
Vanguard SCVL	305k
Vanguard SCVL + R	355k

Gambar 4. 39 Katalog Dog Services Health

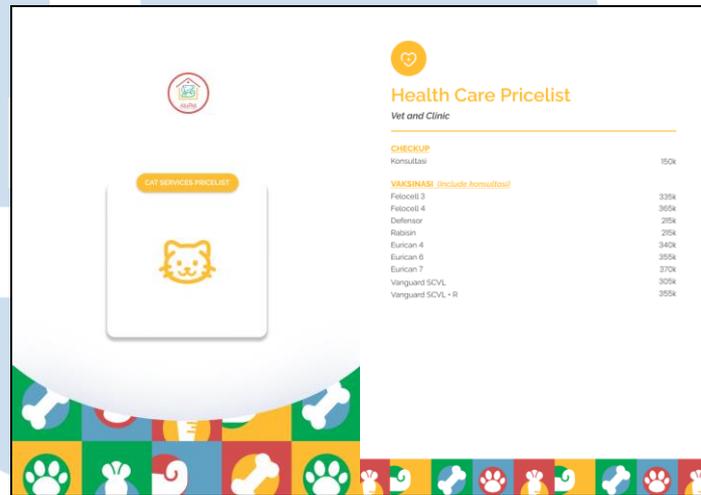
Service grooming untuk anjing memiliki 4 jenis mandi, yaitu mandi *basic* dengan harga mulai dari 80.000 sampai 180.000, mandi anti jamur dengan harga mulai dari 150.000 sampai 220.000, mandi anti kutu yang harganya dimulai dari 130.000 sampai 220.000, serta potong bulu yang harganya dimulai dari 100.000 sampai 180.000. Pada *pricelist hotel*, harga ditetapkan berdasarkan berat anjing, dimana harganya dimulai dari 80.000 sampai dengan 140.000.

Grooming Pricelist		Hotel Pricelist	
Cleaning and Styling		One day and more	
MANDI BASIC		Anjing (<5kg)	80k
Anjing Kecil Shortbar (0-5kg)	80k	Anjing (5-7kg)	85k
Anjing Kecil Longbar (0-10kg)	100k	Anjing (7-10kg)	90k
Anjing Sedang (10-15kg)	130k	Anjing (10-15kg)	95k
Anjing Besar (15-20kg)	150k	Anjing (15-20kg)	100k
Anjing Giant (20-40kg)	180k	Anjing (20-25kg)	105k
MANDI ANTI JAMUR		Anjing (25-30kg)	110k
Anjing Kecil Shortbar (0-5kg)	150k	Anjing (30-40kg)	120k
Anjing Kecil Longbar (0-10kg)	160k	Anjing (>40kg)	140k
Anjing Sedang (10-15kg)	180k		
Anjing Besar (15-20kg)	200k		
Anjing Giant (20-40kg)	220k		
MANDI ANTI KUTU			
Anjing Kecil Shortbar (0-5kg)	130k		
Anjing Kecil Longbar (0-10kg)	150k		
Anjing Sedang (10-15kg)	180k		
Anjing Besar (15-20kg)	200k		
Anjing Giant (20-40kg)	220k		
POTONG BULU			
Anjing Kecil Shortbar (0-5kg)	100k		
Anjing Kecil Longbar (0-10kg)	100k		
Anjing Sedang (10-15kg)	130k		
Anjing Besar (15-20kg)	150k		
Anjing Giant (20-40kg)	180k		

Gambar 4. 40 Katalog Dog Services Grooming dan Hotel

d. *Cat Services Price List*

Pada katalog *cat services* terdapat tiga *services* yaitu *health care*, *grooming* dan *hotel*. Untuk *pricelist health care*, biaya *checkup* berada di *range* 150.000. Sedangkan untuk vaksinasi kucing, biaya yang harus dibayarkan mulai dari 215.000 sampai 370.000. Khusus untuk vaksinasi, konsultasi tidak dipungut biaya.



Health Care Pricelist	
Vet and Clinic	
CHECKUP	
Konsultasi	150k
VAKSINASI (include konsultasi)	
Felocell 3	235k
Felocell 4	305k
Defensor	215k
Ribosin	215k
Eurican 4	345k
Eurican 6	355k
Eurican 7	370k
Vanguard SCVL	305k
Vanguard SCVL - R	355k

Gambar 4. 41 Katalog *Cat Services Health*

Service grooming untuk kucing sama seperti anjing dimana kami menyediakan 4 jenis *grooming*, yaitu mandi *basic* dengan harga mulai dari 80.000 sampai 100.000, mandi anti jamur dengan harga mulai dari 100.000 sampai 150.000, mandi anti kutu dengan harga 150.000, serta potong bulu yang harganya berkisar 100.000. Pada *pricelist hotel*, harga ditetapkan berdasarkan berat kucing, dimana harganya dimulai dari 80.000 sampai dengan 90.000.

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

Grooming Pricelist		Hotel Pricelist	
Cleaning and Styling		One day and more	
MANDI BASIC			
Kucing Shorthair	80k	Kucing (-1stg)	80k
Kucing Longhair	100k	Kucing (-2stg)	90k
MANDI ANTI JAMUR			
Kucing Shorthair	150k	Kucing (dawa makan sendiri)	75k
Kucing Longhair	100k		
MANDI ANTI KUTU			
Kucing Shorthair	150k		
Kucing Longhair	150k		
POTONG BULU			
Kucing Shorthair	100k		
Kucing Longhair	100k		

Gambar 4. 42 Katalog *Cat Services Grooming dan Hotel*

e. *Rabbit Service Price List*

Pada kategori hewan kelinci, terdapat *service* berupa *pet hotel* dengan perincian harga yang diberikan diambil berdasarkan hari kerja dimana dan hari libur, dimana pada hari kerja harga dimulai dari 25.000. Sedangkan pada hari libur, terdapat kenaikan harga sebesar 10.000, sehingga harganya naik menjadi 35.000.

Rabbit Services Pricelist		Hotel Pricelist	
RABBIT SERVICES PRICELIST		One day and more	
NORMAL			
Rabbit	25k/Day		
HOLIDAYS			
Rabbit	35k/Day		

Gambar 4. 43 Katalog *Rabbit Services Hotel*

f. *Exotic Service Price List*

Terdapat beberapa jenis kategori hewan *exotic* dengan *pet hotel service* yaitu *tortoise, lizard, sugar glider*, dan

snake. Perincian harga yang diberikan diambil berdasarkan hari kerja dimana dan hari libur, dimana pada hari kerja harga dimulai dari 20.000 sampai 40.000. Sedangkan pada hari libur, terdapat kenaikan harga yang dimulai dari 30.000 sampai dengan 50.000.

Hotel Pricelist		
One day and more		
NORMAL		
Tortoise	(baby-15cm)	20K/Day
Tortoise	(16-30cm)	25K/Day
Tortoise	(31-45cm)	30K/Day
Tortoise	(+45cm)	40K/Day
Lizard	(Small Baby-30cm)	20K/Day
Lizard	(Medium 31-60cm)	25K/Day
Lizard	(+60cm)	40K/Day
Sugar Glider		20K/Day
Snake Small		20K/Day
Snake Medium		25K/Day
HOLIDAYS		
Tortoise	(baby-15cm)	30K/Day
Tortoise	(16-30cm)	35K/Day
Tortoise	(31-45cm)	40K/Day
Tortoise	(+45cm)	55K/Day
Lizard	(Small Baby-30cm)	30K/Day
Lizard	(Medium 31-60cm)	35K/Day
Lizard	(+60cm)	50K/Day
Sugar Glider		30K/Day
Snake Small		30K/Day
Snake Medium		35K/Day

Gambar 4. 44 Katalog *Exotic Services Hotel*

5. Booth Exhibition

Dalam upaya meningkatkan *awareness*, tim kami juga membuat desain *booth* untuk pengenalan AluPet kepada khalayak di sekitaran BSD. Setelah melakukan beberapa pencarian *exhibition*, kami telah menemukan beberapa *exhibition* yang akan diselenggarakan dan kami berencana untuk berpartisipasi dalam *exhibition* tersebut.



Gambar 4. 45 Desain *Booth Exhibition AluPet*

4.2.4.4 Desain *Marketing* Mitra

Strategi *marketing* untuk menarik perhatian mitra adalah dengan menggunakan strategi *B2B* yang merupakan singkatan dari *Business-to-Business*. Istilah tersebut memiliki arti transaksi atau kerjasama yang dilakukan antara dua perusahaan. Transaksi yang dilakukan terjadi antara dua pihak yaitu perusahaan A dengan perusahaan B. Dalam hal ini, perusahaan tersebut merupakan AluPet dengan calon perusahaan mitra yang bergerak di bidang *pet care*. Untuk kontennya sendiri, AluPet membuat beberapa sistem yaitu dengan presentasi singkat, proposal kerjasama, serta proses tanda tangan *MoU* antara kedua belah pihak.

1. Presentasi Kerjasama

Pada tahapan pertama, tim AluPet melakukan presentasi singkat kepada calon mitra. Isi presentasi berupa pengenalan AluPet secara singkat, peluang dan manfaat kerjasama bagi mitra AluPet. Presentasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman secara langsung sehingga kedua belah pihak dapat berdiskusi dengan nyaman.



Gambar 4. 46 Presentasi Pendekatan Mitra AluPet

2. Proposal Kerjasama

Tahapan selanjutnya, tim AluPet mengajukan proposal kerjasama yang berisi mengenai penjelasan kerjasama secara lebih rinci. Pembuatan proposal ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi yang lebih detil kepada calon mitra dari AluPet yang tertarik untuk bekerjasama.



Gambar 4. 47 Proposal Mitra AluPet

3. *MoU (Memorandum of Understanding)*

Tahap terakhir jika mitra yang tertarik sudah sepakat, maka tim AluPet membahas dan mengeluarkan *MoU* untuk persetujuan lebih lanjut dengan pihak terkait. *MoU* tersebut didasari oleh hukum yang ada, sehingga syarat dan ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dapat dipertanggungjawabkan oleh kedua belah pihak.

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



Gambar 4. 48 MoU untuk Mitra AluPet

4.2.4.5 Strategi AISAS dalam Marketing

Tim AluPet memutuskan untuk membuat *digital marketing* menggunakan metode AISAS yaitu singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Penulis melakukan implementasi dan penjabaran singkat tiap poin AISAS dengan *message* atau pesannya tersendiri.

a. *Attention*

Strategi AISAS pertama yang dibuat penulis adalah *attention*. *Attention* ini berbentuk iklan promosi pada Instagram yang bertujuan untuk menarik minat dan perhatian pengguna Instagram. Jika iklan tersebut menarik perhatian pengguna Instagram, maka mereka dapat menekan iklan tersebut untuk masuk ke laman akun Instagram AluPet.

b. *Interest*

Ketika pengguna sudah berada di laman Instagram AluPet, terdapat konten kuis bernama AluKnow pada *story* dan *highlight* AluPet, yang kemudian dilanjutkan dengan konten *reels* fakta unik hewan bernama AluFact. Kedua konten tersebut masuk ke dalam

interest karena konten dapat dilihat ketika pengguna sudah tertarik dan penasaran dengan AluPet.

c. *Search*

Strategi *search* yang dibuat oleh tim AluPet adalah dengan merancang *website* AluPet dan Instagram. Pengguna yang sudah melihat dan tertarik dengan AluPet dapat langsung mencari informasi lebih lanjut tentang AluPet dan jika tertarik, calon pengguna dapat langsung melakukan *action* yang akan dijelaskan di poin selanjutnya.

d. *Action*

Dalam *action*, tim AluPet membuat beberapa strategi yaitu dengan membuat *WhatsApp Business*, membuat katalognya, serta mempromosikan *WhatsApp Business* AluPet melalui *story* Instagram AluPet dan *story* Instagram pribadi tim, isi *story* berupa penyebaran *QR Code* *WhatsApp Business* AluPet. *WhatsApp Business* ini dapat digunakan pengguna untuk memesan jasa layanan yang disediakan AluPet. Selain itu, untuk jangka panjang, tim AluPet juga membuat aplikasi sebagai pengganti *WhatsApp Business* yang dapat mempermudah pengguna dalam memesan layanan jasa kami.

e. *Share*

Strategi terakhir dalam *AISAS* adalah *share*, dimana *customer* dapat membagikan pengalaman mereka dengan orang lain. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan *awareness* AluPet dalam *platform digital*. Dalam implementasinya, tim AluPet membuat *feeds* dan *reels* Instagram yang berisi fakta menarik tentang hewan dimana semua orang yang ingin membagikan fakta menarik tersebut dapat mengirimkan konten AluPet kepada siapapun.

4.2.5 Draft Desain

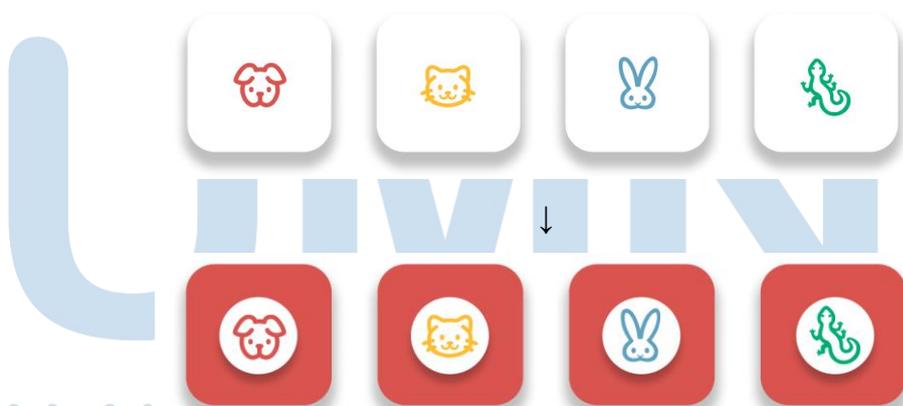
Dalam *draft* desain, penulis mencantumkan ikon pada aplikasi seperti ikon hewan, ikon pada menu *service*, ikon pada *fries button*, ikon pada *navigation bar*, dan ikon pada *profile* aplikasi. Penulis dan tim juga menambahkan bentuk *low-fidelity* dari aplikasi AluPet dalam *draft* desain.

4.2.5.1 Ikon Aplikasi AluPet

Dalam proses desain aplikasi, penulis dan tim membuat ikon dalam aplikasi, yaitu ikon hewan, layanan, dan beberapa ikon pendukung lainnya.

1. *Animal Category Icons*

Terdapat ikon hewan anjing, kucing, kelinci, dan *exotic* dengan warna merah untuk hewan anjing, kuning untuk hewan kucing, biru untuk hewan kelinci dan hijau untuk hewan *exotic*. Ketika pengguna menekan ikon tersebut, maka warna ikon akan berubah menjadi merah yang menandakan bahwa ikon sudah di klik. Jika ikon anjing di klik, maka halaman keterangan dan layanan untuk anjing akan terbuka pada *device* pengguna.



Gambar 4. 49 Desain Ikon Hewan

2. *Services Icon*

Beberapa ikon *service* yang sudah dibuat dan dicantumkan di dalam aplikasi memiliki warna, dan *style* yang serupa. Berikut

merupakan beberapa *services* ikon yang telah dibuat oleh tim dan penulis.

a. *Health Care*

Ikon *health care* pada aplikasi AluPet diberi warna putih dengan bentuk *outline* hati dengan tanda tambah berada di tengahnya. Pengguna yang menekan ikon tersebut akan langsung diarahkan ke halaman pemilihan dokter dan klinik untuk hewan.



Gambar 4. 50 Desain *Health Icon*

b. *Grooming*

Ikon *grooming* dibuat berbentuk gunting dengan *detail* warna putih. *Detail* dari bentuk ikon ini menyerupai gunting yang digigit oleh hewan. Pengguna yang menekan ikon ini akan diarahkan ke halaman selanjutnya yaitu pemilihan lokasi *grooming* terdekat.



Gambar 4. 51 Desain *Grooming Icon*

c. *Hotel*

Ikon *hotel* yang dibuat tim AluPet adalah ikon dengan bentuk menyerupai gedung atau tempat tinggal yang nyaman. Warna *outline* yang digunakan adalah putih. Jika pengguna ingin menitipkan hewan peliharaannya, pengguna dapat menekan ikon ini pada menu *services*.



Gambar 4. 52 Desain *Hotel Icon*

3. *Fries Menu Icon*

Dalam menu ini, terdapat beberapa ikon pendukung yang ada pada aplikasi. Berikut penjabaran tiap ikon tersebut.

a. *Fries Button*

Ikon tersebut merupakan ikon dari *fries menu button*. Dalam aplikasi AluPet, ikon tersebut diberi warna kuning dan ketika pengguna menekan ikon, maka akan muncul menu-menu seperti menu *about*, *goals*, *calendar*, *contact us*, dan *pet love*.



Gambar 4. 53 Desain *Fries Button Icon*

b. *About*

Pada pilihan menu *about*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *about* dari AluPet.



Gambar 4. 54 Desain *About Icon*

c. *Goals*

Pada pilihan menu *goals*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *goals* dari AluPet.



Gambar 4. 55 Desain Goals Icon

d. *Calendar*

Pada pilihan menu *calendar*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *calendar* dari AluPet.



Gambar 4. 56 Desain Calendar Icon

e. *Contact Us*

Pada pilihan menu *contact us*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *contact us* dari AluPet.



Gambar 4. 57 Desain Contact Us Icon

f. *Pet Love*

Pada pilihan menu *pet love*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *pet love* dari AluPet.

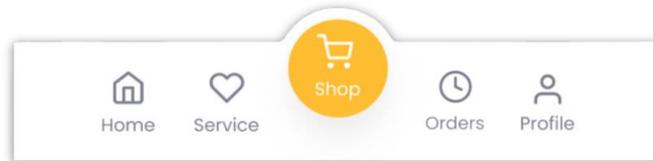


Gambar 4. 58 Desain Pet Love Icon

4. *Navigation Bar Icon*

AluPet juga memiliki *navigation menu* yang berada di bagian bawah aplikasi. Warna pada tulisan dan ikon akan berubah menjadi

merah ketika pengguna menekannya, dan akan langsung berpindah ke halaman yang ditekan. Sedangkan warna dari ikon *shop* akan menyesuaikan dengan menu yang sedang dipilih oleh pengguna.



Gambar 4. 59 Desain *Navigation Bar*

a. *Home*

Dengan menekan ikon *home*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman utama dan warna *home* akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4. 60 Desain *Home Icon*

b. *Service*

Dengan menekan ikon *service*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *service* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4. 61 Desain *Service Icon*

c. *Orders*

Dengan menekan ikon *orders*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *orders* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4. 62 Desain *Orders Icon*

d. *Profile*

Dengan menekan ikon *profile*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *profile* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4. 63 Desain *Profile Icon*

e. *Shop*

Dengan menekan ikon *shop*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *shop* dan warna ikon akan berubah menjadi warna merah.



Gambar 4. 64 Desain *Shop Icon*

5. *Profile Settings Icon*

Selain beberapa ikon yang sudah dijelaskan sebelumnya, aplikasi AluPet juga memiliki ikon yang berada di halaman profil. Berikut penjelasan detail mengenai ikon-ikon tersebut.

a. *My Pet*

Pengguna dapat menyimpan data diri hewan peliharaan pada aplikasi AluPet. Pengisian data diri dapat dimulai dari kategori hewan, nama, jenis ras, jenis kelamin, tanggal lahir, dan foto hewan. Menu *My Pet* ini dapat ditemukan di profil pengguna.



Gambar 4. 65 Desain *My Pet Icon*

b. Account

Pengguna dapat melihat dan mengatur informasi akun yang dimiliki. Dalam pengaturan ini terdapat informasi berupa nomor telepon, dan alamat *email* yang tercantum. Pengguna dapat mengubah dengan menggunakan kode verifikasi yang akan dikirim ke akun *email* maupun nomor telepon yang sedang terhubung di dalam akun. Menu ini dapat ditemukan di halaman profil



Gambar 4. 66 Desain *Account Icon*

c. Notifications

Pengguna akan mendapatkan notifikasi, baik untuk diskon, atau jadwal yang sudah ditetapkan pada menu calendar. Hanya dengan menekan ikon, maka pengguna akan masuk ke dalam halaman notifikasi berisi penawaran diskon serta jadwal yang sedang ditetapkan. Pengguna dapat menggunakan menu ini dengan membuka profil pengguna.



Gambar 4. 67 Desain *Notifications Icon*

d. Devices

Menu *devices* dapat digunakan untuk melihat jenis *device* apa saja yang terhubung dengan akun yang saat ini sedang digunakan. Pengguna dapat melihat dan mengatur

device apa saja yang boleh atau tidak boleh masuk ke akun pengguna, sehingga hal ini akan meminimalisir adanya penipuan.



Gambar 4. 68 Desain *Devices Icon*

e. Password

Pengguna AluPet diwajibkan membuat *password* untuk menghindari terjadinya *hack*. Pada menu *password*, pengguna dapat mengubah *password* lama akun dengan melakukan verifikasi pada *email* yang terhubung di dalam akun AluPet. Menu ini dapat ditemukan di halaman profil pengguna.



Gambar 4. 69 Desain *Password Icon*

f. Language

Pengguna dapat mengatur bahasa yang ingin digunakan dengan mengaturnya pada menu *Language*, sehingga pengguna yang kurang memahami bahasa utama dari Aplikasi AluPet, dapat segera mengubahnya pada menu yang berada di halaman profil pengguna ini.



Gambar 4. 70 Desain *Language Icon*

g. *Chat Icon*

Dengan menekan ikon *chat* yang berada di pojok kanan atas pada halaman utama AluPet, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *chat*.



Gambar 4. 71 Desain *Chat Icon*

h. *Search Icon*

Pengguna dapat mencari layanan atau pilihan kategori hewan yang ingin dicari hanya dengan menekan *search bar* dan mengetik kebutuhan pengguna, diakhiri dengan menekan ikon search yang berada di sebelah kanan *search bar* tersebut. Menu search ini terdapat di halaman utama Aplikasi AluPet.



Gambar 4. 72 Desain *Search Icon*

4.2.5.2 *Low Fidelity*

Pada tahapan *low fidelity*, penulis dan tim melakukan desain kasar untuk aplikasi AluPet dengan beberapa penanda seperti ikon gunung untuk merepresentasikan gambar, ikon bulat untuk merepresentasikan *button*, dan ikon garis untuk merepresentasikan tulisan.

1. *Landing Page*

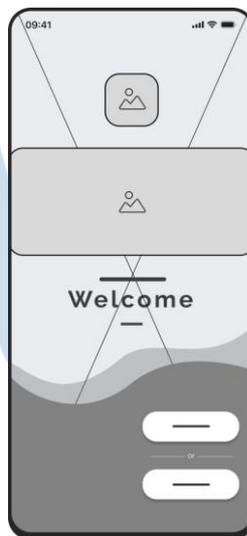
Sebelum melakukan finalisasi, Tim AluPet memutuskan untuk membuat *landing page* dengan logo alupet di tengahnya. Pada bagian latar, dihias oleh gambar khas AluPet dengan *opacity* rendah yang kemungkinan akan ditambahkan elemen lainnya untuk mempercantik desain.



Gambar 4. 73 Low-Fidelity Halaman Landing

2. Welcome Page

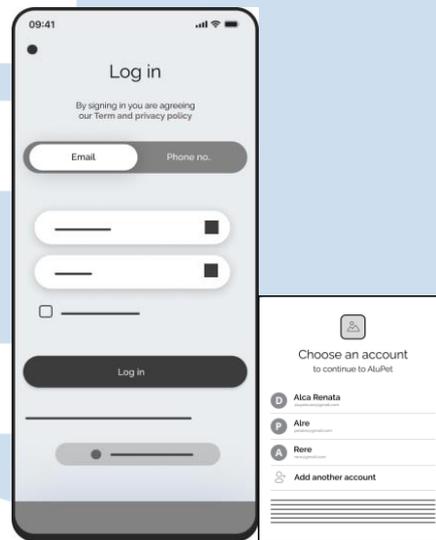
Tim AluPet kemudian membuat *welcome page*, dimana pengguna akan disambut dengan tulisan "*Welcome*" disertai dengan logo AluPet. Tombol untuk *log in* dan *sign up* berada di pojok bawah kanan halaman. Pengguna dapat menekan tombol tersebut untuk masuk ke halaman berikutnya.



Gambar 4. 74 Low-Fidelity Halaman Welcome

3. Log In Page with Email

Pada halaman *login page* untuk *email*, terdapat dua kolom kosong yang dapat diisi dengan *email* serta *password*. Namun pengguna juga bisa melakukan *login* melalui alamat *google* yang terdaftar dengan cara menekan tombol yang berada di bawah *login*. Kemudian pengguna akan diberikan *pop up* pilihan akun *google* yang terdaftar pada *handphone* pengguna.

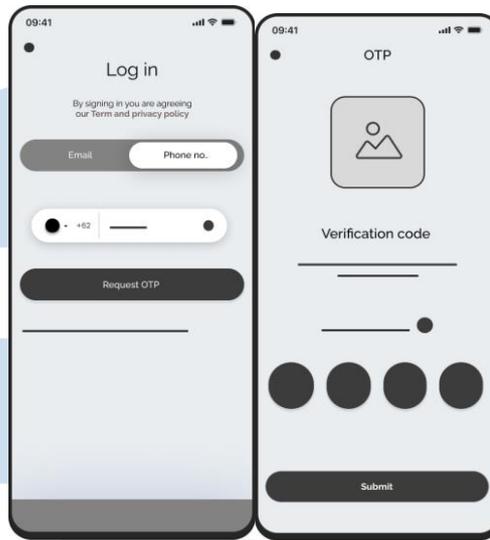


Gambar 4. 75 Low-Fidelity Halaman Log In by Email

4. Log In Page Nomor Telepon

Pengguna dapat mengganti cara *login* menjadi *login page* nomor telepon dengan menekan menu nomor telepon yang berada di sebelah tulisan *email*. Setelah tombol bergeser ke nomor telepon, maka pengguna dapat memasukkan nomor telepon dan kode verifikasi akan segera dikirimkan ke nomor tersebut. Pengguna harus segera memasukkan kode untuk dapat *login* ke dalam akun.

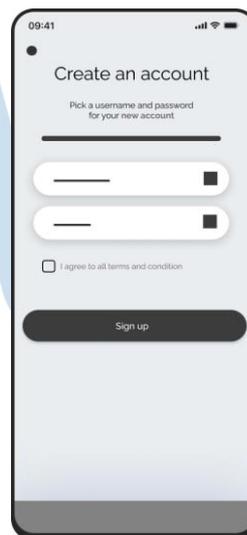
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 76 Low-Fidelity Halaman Log In by Number

5. Sign Up Page

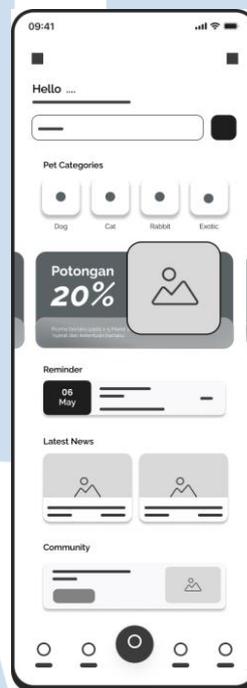
Pada halaman *sign up*, pengguna dapat memasukkan *email* atau nomor telepon aktif serta membuat *password* yang akan digunakan untuk melakukan login ke akun Aplikasi AluPet. Pengguna juga akan dimintai kepastian untuk menyetujui *terms and condition*. Setelah setuju, maka pengguna baru akan mendapatkan akses pendaftaran untuk akun AluPet.



Gambar 4. 77 Low-Fidelity Halaman Sign Up

6. Home

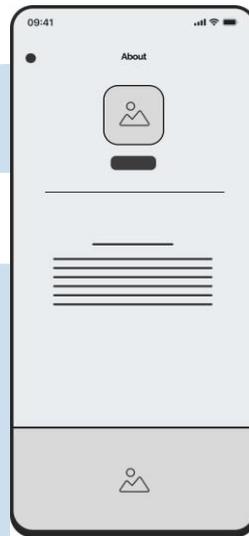
Homepage aplikasi AluPet memiliki beberapa fitur seperti pilihan kategori hewan, iklan, visual singkat kalender, serta beberapa tombol navigasi yang berada di paling bawah halaman. Dalam halaman ini, pengguna dapat mencari kebutuhan dengan melakukan pencarian pada *search bar* yang tersedia di bagian atas halaman. Selain itu pengguna juga dapat melakukan *chat* dengan menekan tombol yang berada di kanan atas.



Gambar 4. 78 Low-Fidelity Halaman Home

7. About

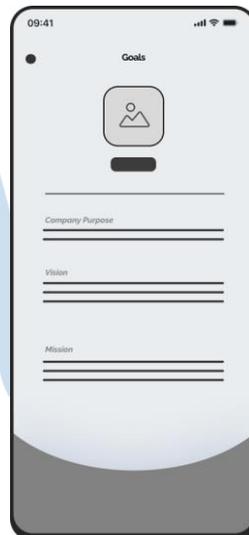
Menu *about* direncanakan untuk mengandung logo, dan informasi singkat mengenai AluPet yang dapat dibaca pengguna untuk memperdalam pengetahuannya tentang AluPet. Agar halaman tidak terlalu monoton, tim kemudian berencana untuk menambahkan hiasan berupa gambar yang berhubungan dengan hewan peliharaan dan AluPet.



Gambar 4. 79 Low-Fidelity Halaman Goals

8. Goals

Pada halaman *goals*, tim akan memberikan logo serta informasi lanjutan mengenai tujuan, visi, serta misi dari AluPet. Tim memutuskan untuk memberikan tiga informasi singkat tersebut dengan harapan agar tujuan AluPet dapat tersampaikan dengan baik dan bahkan dapat terwujud.

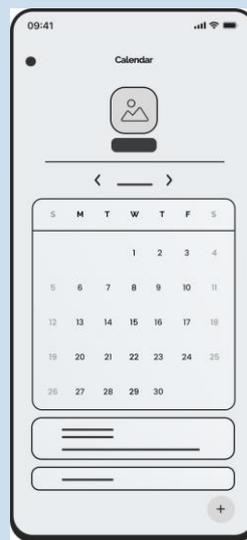


Gambar 4. 80 Low-Fidelity Halaman Goals

9. Calendar

Pada halaman kalender, pengguna dapat melihat jadwal terencana secara jelas. Selain itu kalender berfungsi sebagai

pengingat yang memberitakan jadwal terencana beberapa lama sebelum waktu yang ditetapkan. Di dalam aplikasi pengguna dapat menggeser bulan yang tersedia ke beberapa bulan setelah dan sebelumnya, pengguna juga dapat menambahkan *event* mendatang dengan cara menekan tombol *plus* yang berada di pojok kanan bawah halaman.



Gambar 4. 81 *Low-Fidelity* Halaman *Calendar*

10. *Contact*

Contact dibuat oleh tim sebagai alternatif yang dapat memudahkan pengguna untuk melakukan pendekatan dengan tim. Di dalam halaman, terdapat beberapa informasi kontak AluPet yang dapat dihubungi oleh pengguna seperti nomor *Email*, Nomor Telepon, serta sosial media AluPet lainnya.

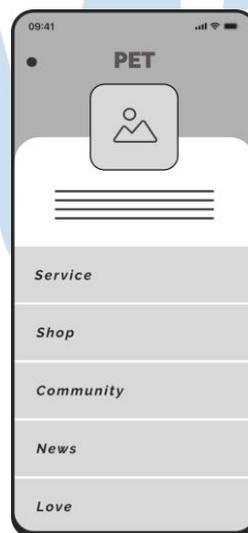
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 82 *Low-Fidelity* Halaman *Contact*

11. *Pet Details*

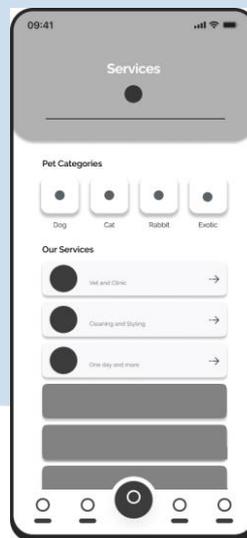
Informasi pada *pet details* dijabarkan secara singkat dan padat di bagian atas, sehingga pengguna dapat mengerti jenis kategori yang tersedia. Warna dasar halaman direncanakan akan berubah sesuai kategori hewan yang ada. Anjing dengan warna merah, kucing dengan warna kuning, kelinci dengan warna biru, dan *exotic* dengan warna hijau. Di bawah deskripsi singkat hewan, terdapat pilihan menu *service*, *shop*, *community*, *news*, serta *love*.



Gambar 4. 83 *Low-Fidelity* Halaman *Pet Details*

12. Services

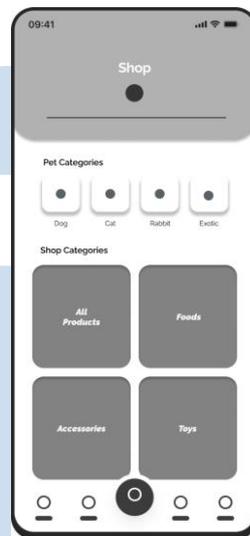
Terdapat beberapa *services* yang disediakan oleh AluPet, sehingga di halaman *service* terdapat pilihan kategori hewan disertai layanan jasa yang disediakan oleh AluPet. Beberapa layanan masih dalam perkembangan, sehingga tim nantinya akan terus mengembangkan aplikasi sampai layanan yang masih bertuliskan "*coming soon*" dapat segera diwujudkan. Pada halaman ini terdapat *navigation bar* yang akan memudahkan pengguna untuk berpindah halaman.



Gambar 4. 84 Low-Fidelity Halaman Services

13. Shop

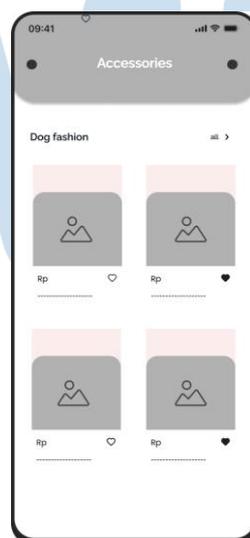
Menu *shop* akan didesain mirip dengan halaman *service*, sehingga yang menjadi pembeda halaman tersebut adalah tidak ada fitur layanan jasa pada halaman *shop*, namun terdapat jenis-jenis kebutuhan hewan yang dapat dipilih oleh pengguna. Rencana yang akan dibuat oleh tim adalah dengan memberikan pilihan *all products, foods, accessories* dan *toys*. Pada halaman ini, masih terdapat pilihan kategori hewan pada bagian atasnya, serta *navigation bar* yang berada di paling bawah halaman.



Gambar 4. 85 *Low-Fidelity* Halaman *Shop*

14. *Accessories Shop*

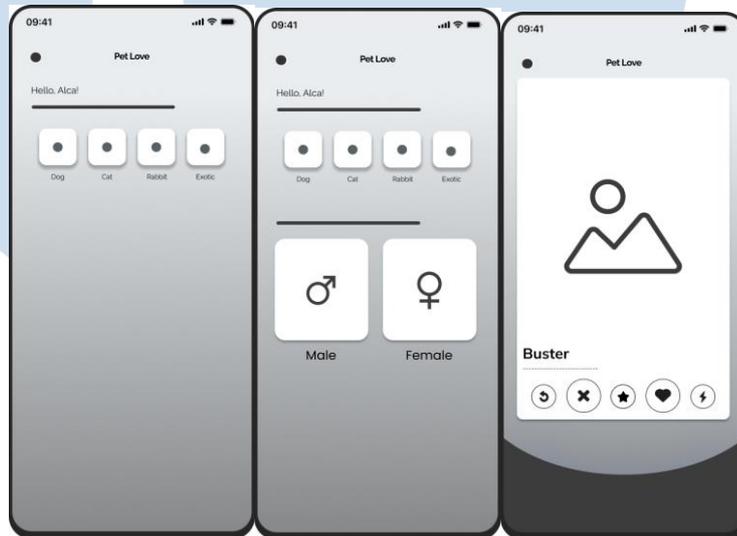
Pada halaman aksesoris, rencananya pengguna akan diperlihatkan barang-barang aksesoris yang sesuai dengan *pet category* yang sudah dipilih pengguna sebelumnya. Di halaman ini, pengguna dapat memberikan *likes* serta melihat-lihat produk yang sekiranya menarik untuk dimasukkan ke dalam *wishlist*. Keterangan yang diberikan produk adalah nama, harga, dan foto dari produk tersebut.



Gambar 4. 86 *Low-Fidelity* Halaman *Accessories Shop*

15. Pet Love

Pada fitur *pet love*, tim kembali membuat daftar kategori hewan yang dapat dipilih oleh pengguna sesuai hewan yang ingin mereka jodohkan. Setelah memilih jenis hewan, maka pada halaman selanjutnya, pengguna dapat memilih *gender* dari hewan peliharaan mereka. Di halaman selanjutnya, pengguna akan diberikan pilihan hewan dengan jenis kelamin yang berbeda. Pengguna dapat menggeser ke kanan untuk menyukai dan menggeser ke kiri untuk menolak. Terdapat juga tombol favorit serta tombol *back* pada halaman ini.

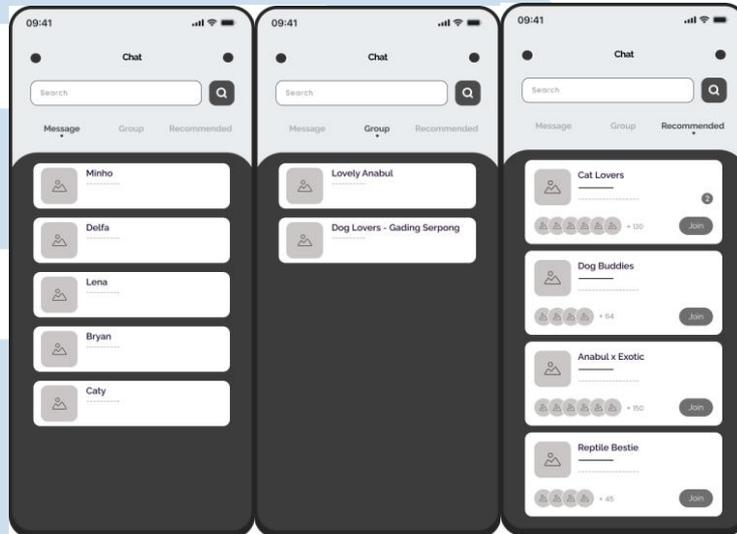


Gambar 4. 87 Low-Fidelity Halaman *Pet Love*

16. Chat

Fitur chat pada aplikasi AluPet direncanakan memiliki tiga kolom yaitu message personal, *message grup*, dan *recommendation*. Pada ketiga kolom tersebut diberikan *search bar* yang dapat digunakan untuk mencari nama orang, nama grup, maupun *chat message*. Pada kolom personal, terdapat keterangan nama dan foto dari pemilik akun. Sedangkan pada *group*, terdapat keterangan nama grup serta foto yang digunakan untuk *profile grup*. *Chat recommendation* ini memiliki beberapa komunitas dari tiap kategori

hewan, dimana pengguna dapat masuk ke komunitas dengan cara menekan tombol “*join*” yang berada di bagian kanan bawah daftar komunitas.



Gambar 4. 88 Low-Fidelity Halaman Chat

17. Personal Chat

Halaman personal *chat*, tim ingin memberikan pengalaman yang mudah bagi pengguna dalam menggunakan aplikasi, sehingga tim memberikan *search bar* untuk mencari *message* atau nama pengguna lainnya. Sedangkan pada kolom *chat*, pengguna dapat melakukan *chat* dengan sesama pengguna. Selain itu tim juga menambahkan fitur tambahan yaitu pengguna dapat melakukan panggilan suara serta panggilan *video* dengan sesama pengguna AluPet.

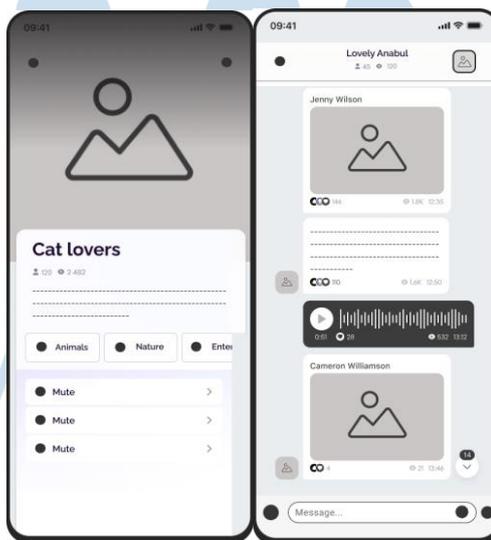
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 89 Low-Fidelity Halaman *Personal Chat*

18. Group Chat

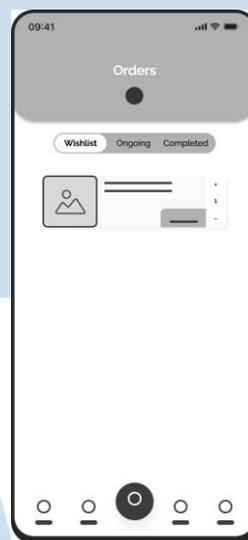
Pada grup *chat*, pengguna dapat melihat deskripsi grup dan dapat mengatur beberapa setting seperti *mute* atau keluar dari grup. Pengguna juga dapat melihat jumlah anggota pada grup dan banyaknya pengguna yang melihat-lihat grup. Sedangkan ketika pengguna sudah masuk ke kolom *chat* grup, maka pengguna dapat saling mengirim gambar hewan peliharaan mereka, bertukar informasi, serta mengirim *voice notes*.



Gambar 4. 90 Low-Fidelity Halaman *Group Chat*

19. Orders

Terdapat tiga pilihan pada menu *orders* yaitu *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Rencana dari tim kami adalah dengan adanya *wishlist*, pengguna dapat menambah produk yang belum pasti akan dibayar tapi cukup menarik untuk dimasukkan ke *wishlist*. Di dalam halaman *wishlist* ini pengguna juga dapat menambah atau mengurangi kuantitas produk sesuai dengan ketersediaannya. Kemudian untuk *ongoing*, kemungkinan nantinya pengguna dapat melihat produk dan layanan yang sudah dipesan namun masih dalam proses pengerjaan. Sedangkan *completed* akan diisi oleh layanan atau produk yang hasilnya sudah diterima oleh pengguna.



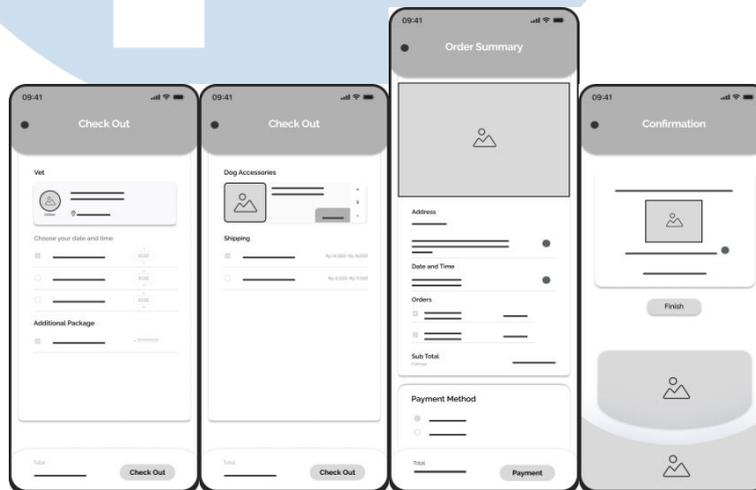
Gambar 4. 91 Low-Fidelity Halaman Orders

20. Check Out and Payment

Halaman *check out* akan memiliki beberapa keterangan yaitu layanan yang telah dipilih, lokasi, serta keterangan foto. Pengguna dapat segera mengisi jadwal yang tersedia dengan menekan pilihan tanggal yang nantinya akan membuka halaman kalender. Pengguna juga dapat menentukan waktu yang sesuai pada tanggal yang sudah ditentukan. Dengan adanya *additional package driver*, pengguna dapat menceklis *checkbox* yang ada untuk menambah layanan *driver*

atau sekedar ingin mendapatkan layanan produk saja. Begitu pula dengan *checkout* produk, pengguna akan diberikan keterangan produk, jumlah produk, serta foto produk. Di bagian bawah keterangan terdapat pilihan dari jasa kirim paket berikut dengan *range* harga yang tertera.

Rencana tim kami untuk halaman *order summary* adalah mencantumkan gambar peta dengan *detail* yang dapat diubah. *Detail* tersebut berupa nama penerima, nomor telepon penerima, alamat penerima, jadwal, dan beberapa keterangan *order* yang ingin dibayarkan oleh pengguna. Di bagian bawah juga akan dilampirkan metode pembayaran yang disediakan. Setelah menekan *payment*, maka pengguna akan otomatis masuk ke halaman *confirmation* dimana pengguna akan diberikan estimasi waktu untuk melakukan pembayaran.

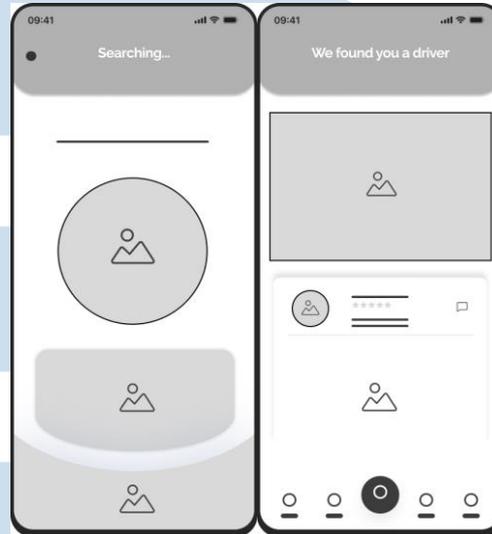


Gambar 4. 92 Low-Fidelity Halaman Check Out and Payment

21. Find Driver

Halaman ini akan muncul ketika *driver* sudah diperlukan mendekati jadwal yang telah dipesan oleh pengguna. Pengguna akan masuk ke halaman pencarian dimana artinya AluPet sedang berusaha mencari *driver* terdekat. Setelah menemukan *driver*, aplikasi kami akan memberikan detail keberadaan *driver* serta *rating*

driver. Pengguna juga dapat mengirim pesan kepada *driver* yang bersangkutan dengan menekan tombol *chat* di samping nama *driver*.

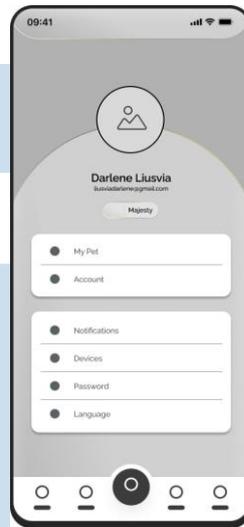


Gambar 4. 93 Low-Fidelity Halaman Find Driver

22. Profile

Pada menu *profile*, terdapat foto profil, nama, dan alamat *email* pengguna. Terdapat pula tingkat keaktifan pengguna di aplikasi AluPet. Dibawahnya terdapat beberapa pengaturan yang dapat diatur oleh pengguna seperti pengaturan *My Pet* dan *Account*. Dibawahnya juga terdapat pengaturan untuk notifikasi, *device* yang terhubung, *password* akun yang sedang terdaftar, serta *language* yang dapat diatur sendiri oleh pengguna. Agar tampilan tidak monoton, tim berencana untuk menambahkan gambar supergrafik AluPet sebagai latar dari halaman *profile*.

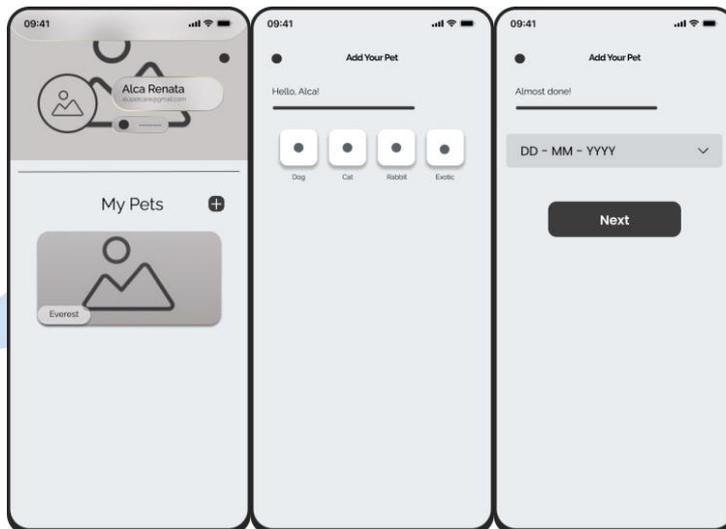
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

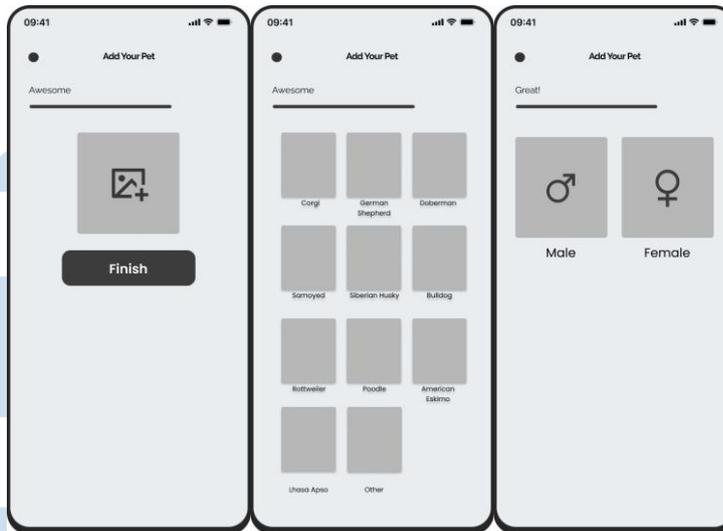


Gambar 4. 94 Low-Fidelity Halaman Profile

23. My Pet

Halaman ini akan terbuka setelah pengguna menekan *My Pet* pada profilnya. Pada halaman ini pengguna akan menjumpai halaman untuk menambah daftar informasi mengenai hewan peliharaan yang mereka miliki. Keterangan seperti kategori hewan, tanggal lahir, foto, *breed*, serta jenis kelamin dari hewan peliharaan dibutuhkan untuk mendaftarkan hewan ke dalam aplikasi.





Gambar 4. 95 *Low-Fidelity* Halaman My Pet

4.2.6 Revisi

Penulis dan tim melakukan beberapa revisi yang dilakukan berdasarkan hasil kuisiner *user test* serta reaksi dari partisipan *user test* secara langsung. Beberapa revisi dilakukan oleh penulis dan tim setelah melakukan diskusi lebih lanjut mengenai hal-hal yang dirasa kurang.

4.2.6.1 *User Interface*

Pada halaman *Pet Details*, penulis dan tim awalnya memberikan beberapa layanan berupa menu yang dapat di *scroll* ke bawah. Namun penulis dan tim mendapatkan komentar bahwa tidak terdapat indikator yang dapat mengidentifikasi bahwa halaman tersebut dapat di *scroll*, sehingga bisa jadi *user* tidak sadar dengan ketersediaan layanan yang berada di paling bawah, yaitu layanan *pet love*. Di halaman *pet details* bagian *exotic pet* juga terdapat beberapa jenis hewan yang disediakan oleh AluPet. Namun bagian tersebut terlihat seperti tombol yang dapat di klik oleh pengguna, sehingga pengguna bisa saja salah memahaminya dan mencoba menekan tombol tersebut.



Gambar 4. 96 UI Pet Details Sebelum Revisi

Maka dari itu, penulis dan tim memberikan solusi berupa revisi pada halaman tersebut. Perubahan yang dibuat oleh penulis berupa ukuran hewan, teks, serta jarak dari masing-masing layanan. Revisi ini dilakukan agar pengguna tidak perlu melakukan *scroll* pada halaman ini, sehingga semua layanan akan terlihat jelas pada layar. Selain itu, penulis dan tim juga melakukan revisi pada jenis

hewan yang berada di kategori hewan *exotic*. Kami membuat jenis hewan yang sebelumnya terlihat seperti tombol, menjadi teks yang terlihat sebagai penjelasan saja. Dengan perubahan tersebut, penulis dan tim berharap *UI* untuk halaman *pet details* dapat tersampaikan dengan baik tanpa membuat pengguna kebingungan.



Gambar 4. 97 *UI Pet Details* Setelah Revisi

4.2.6.2 *Flyer*

Penulis dan tim melakukan revisi *flyer* dimana pada awalnya, ketika penulis dan tim melakukan *testing print*, hasil cetakkan *flyer* tidak sesuai dengan desain yang ada. *Shadow* yang terdapat di beberapa bagian tidak menjadi *shadow* dengan luaran

yang semakin pudar, *shadow* tersebut malah terlihat seperti memblok bagian tertentu dengan warna hitam pekat. Terdapat juga gambar *supergraphic* AluPet yang awalnya diberikan efek *blur*. Efek *blur* tersebut terlihat biasa saja sebelum di *print*. Namun ketika tim melihat hasil *print*, gambar *supergraphic* tersebut malah terlihat tidak *HD* dan salah cetak.



Gambar 4. 98 Desain *Flyer* Sebelum Revisi

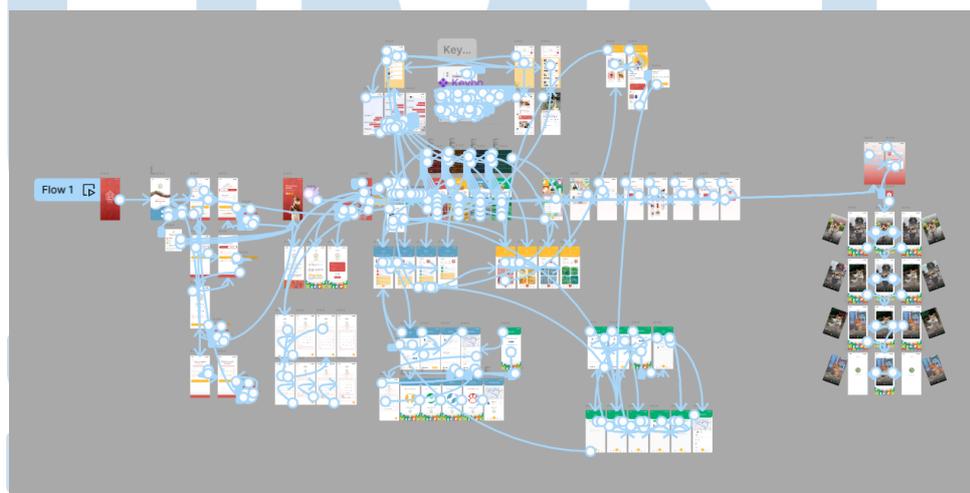
Penulis dan tim akhirnya melakukan revisi desain dengan membuang efek *shadow* yang tidak terlihat seperti *shadow* sehingga gambar menjadi bersih. *Supergraphic* yang memiliki efek blur juga kami ubah tanpa efek, sehingga gambar akan terlihat lebih *HD*. Tambahan revisi yang dilakukan tim adalah dengan menambahkan *outline* putih pada beberapa elemen gambar untuk membuat *flyer* lebih hidup dan memiliki pembeda antara elemen utama yang menjadi fokus utama dengan elemen latar sebagai hiasan atau *background*.



Gambar 4. 99 Desain *Flyer* Setelah Revisi

4.2.7 Finalisasi

Tahap finalisasi dari produk yang dibuat oleh tim AluPet dilakukan dengan cara melihat dan mencari kembali kekurangan yang terdapat dalam *prototype* figma. Masing-masing dari tim melakukan *user test* pada diri sendiri dan melakukan evaluasi ulang terhadap *prototype* yang telah dibuat. Akses untuk melihat *prototype* figma untuk Aplikasi AluPet dapat dilihat melalui *link* <https://bit.ly/AluPet>



Gambar 4. 100 *Prototype* Final Aplikasi AluPet

N U S A N T A R A

4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa

Penulis memiliki peran sebagai CMO (Chief Marketing Officer) yang berperan dalam segi *marketing*. Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, penulis melakukan *marketing* menggunakan ilmunya dalam desain, yaitu membuat strategi *marketing* berupa media cetak berbentuk *flyer*, membuat strategi *marketing* berupa *booth exhibition offline*, serta membuat strategi *marketing* berupa konten pada sosial media baik *story*, *feeds*, maupun *reels* Instagram yang akan diunggah ke *platform* Instagram AluPet sebanyak tiga konten dalam seminggu. Selain berperan sebagai seorang CMO, penulis juga berperan dalam membuat desain dan *prototyping* pada beberapa halaman di Aplikasi AluPet.

4.3.1 Desain UI dan Prototype Aplikasi

Peran penulis pada MBKM Kewirausahaan ini, diawali dengan membuat desain *low-fidelity* dari Aplikasi Alupet. Kemudian penulis lanjut melakukan finalisasi desain dengan menambahkan detail-detail dari *low-fidelity* yang telah dibuat sebelumnya. Pada akhir perancangan aplikasi, penulis melakukan *prototyping* yang disesuaikan dengan *flow* yang telah disepakati oleh tim. *Platform* yang digunakan penulis dalam membuat perancangan aplikasi adalah figma, sedangkan penulis membuat beberapa *detail* lainnya seperti ikon-ikon aplikasi melalui Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

4.3.1.1 Pembuatan Ikon pada Aplikasi

Penulis melakukan kontribusi dalam perancangan ikon kelinci dan kadal sebagai perwakilan hewan *exotic*. Ikon tersebut terdapat pada kategori hewan di beberapa halaman *prototype* aplikasi. Perancangan ikon dibuat menggunakan Adobe Illustrator, kemudian penulis memasukkannya ke dalam *prototype* figma. Warna yang digunakan sudah ditentukan sebelumnya oleh tim, dimana warna hewan kelinci akan mutlak berwarna biru, sedangkan warna hewan *exotic*, akan mutlak berwarna hijau.



Gambar 4. 101 Desain *Rabbit* dan *Exotic Icon*

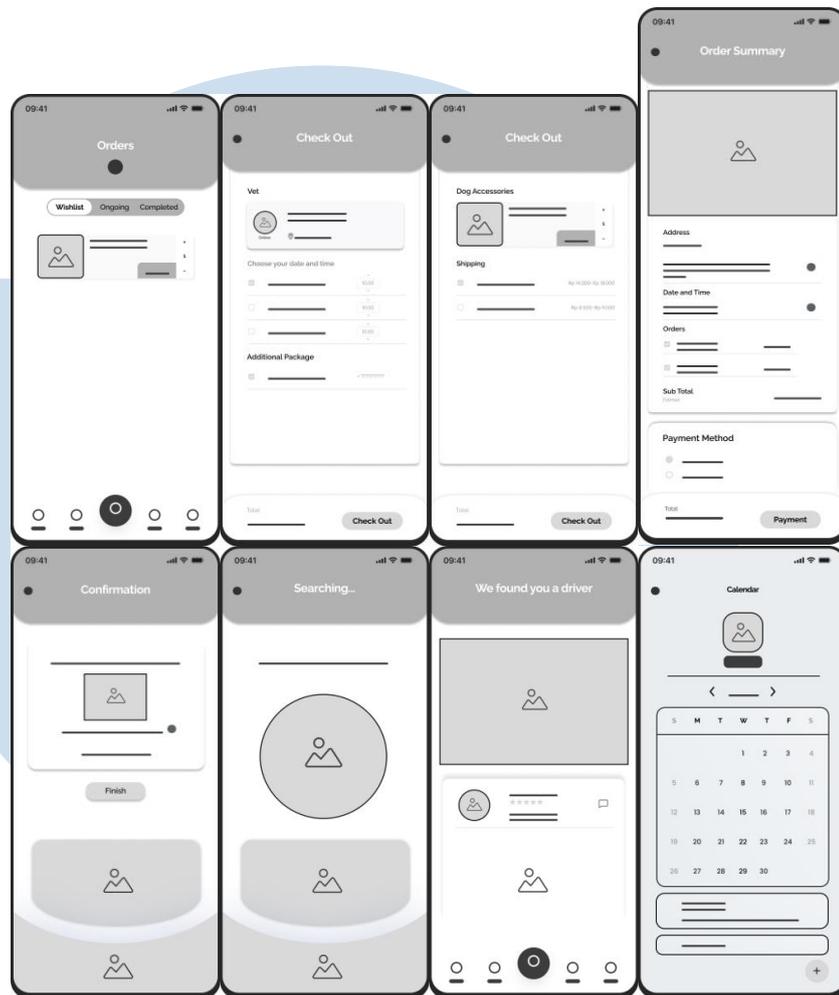
Selain membuat ikon untuk hewan, penulis juga berperan dalam membuat ikon gunting yang ada pada pilihan *grooming* pada aplikasi. Ikon tersebut dibuat membentuk *outline* gunting yang terdapat potongan di ujungnya. Potongan tersebut berbentuk gigitan yang biasanya identik dengan gigitan hewan.



Gambar 4. 102 Desain *Grooming Icon*

4.3.1.2 *Low-Fidelity* Aplikasi

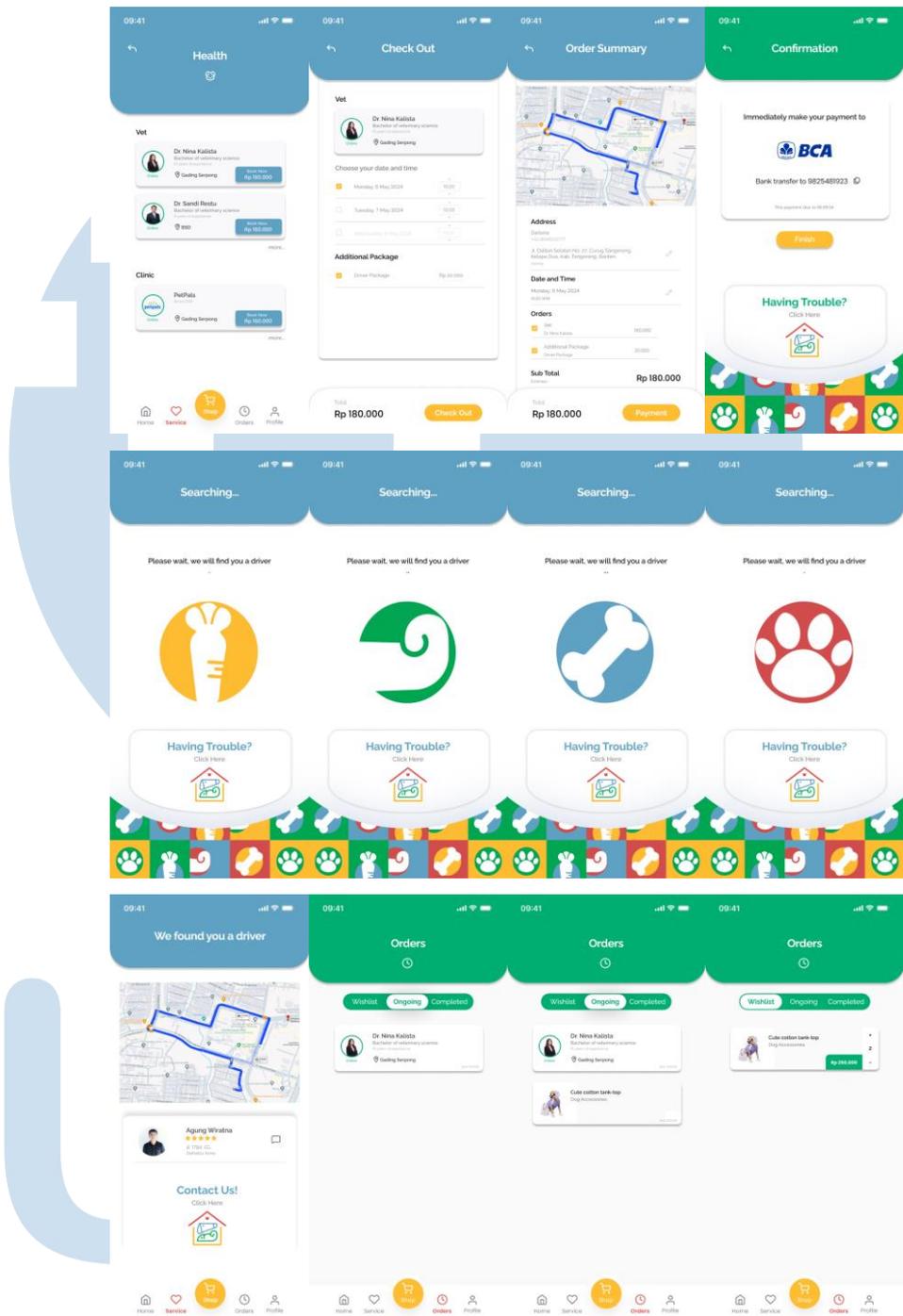
Pada tahap perancangan *low-fidelity*, penulis mulai membuat desain untuk halaman *order*, *check out*, *order summary*, dan *confirmation payment*. Kemudian penulis melanjutkan membuat halaman *searching* dan *found driver*. *Low-fidelity* terakhir yang dibuat penulis adalah halaman kalender. Pada perancangan ini, penulis hanya mencantumkan beberapa keterangan tulisan yang sudah pasti atau merupakan judul, untuk tulisan yang belum diketahui, penulis membuat penanda garis panjang. Ikon bergambar gunung adalah penanda untuk memasukkan gambar, sedangkan ikon lain yang belum dibuat oleh penulis ditandai dengan bulat hitam pekat terlebih dahulu, sehingga ikon yang belum dibuat dapat terlihat dengan jelas segera dibuat oleh penulis.



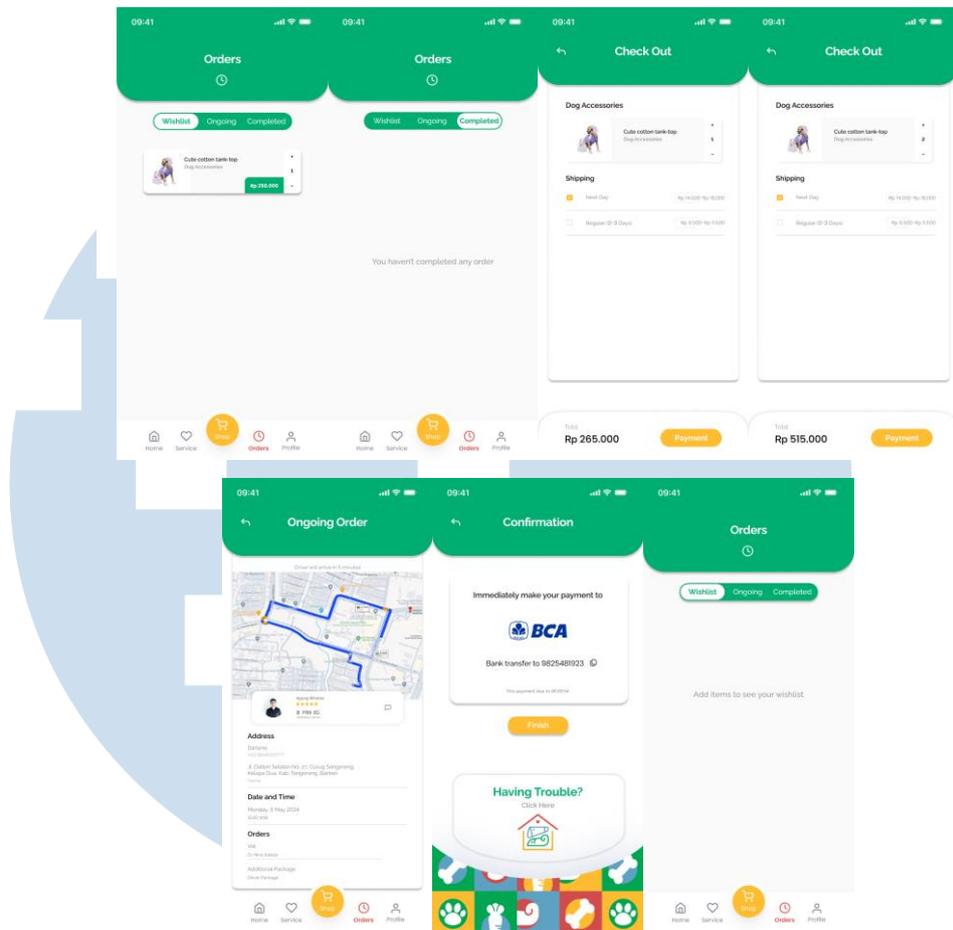
Gambar 4. 103 Low-Fidelity Aplikasi AluPet

4.3.1.3 Finalisasi Desain Aplikasi

Di tahap perancangan final aplikasi, penulis membuat desain setiap halaman menggunakan pilar *keywords* yang sudah ditetapkan sebelumnya yaitu *cheerful*, *happiness*, dan *comfort*. Penulis menggunakan warna-warna cerah yang sudah ditentukan bersama dengan tim seperti merah, kuning, hijau, dan biru sebagai warna utama, serta warna pendamping yaitu hitam dan putih untuk mewarnai latar atau tulisan. Dalam tahap ini, penulis memasukkan gambar-gambar yang diperlukan, selain itu penulis juga sudah membuat ikon yang belum dibuat pada *low-fidelity*, sehingga ikon tersebut sudah dapat dimasukkan ke dalam *prototype* aplikasi.



UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 4. 104 Final UI Aplikasi AluPet

4.3.1.4 Prototyping Aplikasi

Penulis melakukan *prototyping* dari desain final yang sudah dirancang sebelumnya. Pada tahap *prototyping*, penulis bekerjasama dengan CEO untuk mengatur jalannya *flow* dari *prototype* Aplikasi AluPet. Dalam perannya, penulis melakukan *flow prototyping* yang berhubungan dengan pemesanan dan kalender. Pada pemesanan untuk barang, penulis membuat tujuh halaman *frame* pada figma dengan berbagai *wireframe* yang berbeda. Sangat berbeda dengan halaman pemesanan untuk jasa yang dibuat sebanyak sebelas halaman dengan *wireframe* yang lebih kompleks. *Flow* halaman *order* untuk barang dan jasa akan disambungkan ke *flow* halaman *order* yang memiliki pilihan *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*.

Sedangkan *prototype* pada menu kalender dibuat penulis dengan sederhana dan tidak terlalu kompleks, karena menu kalender bukan bagian yang terlalu ditonjolkan dalam aplikasi.



Gambar 4. 105 Wireframe Prototype Aplikasi AluPet

4.3.2 Desain Marketing Sosial Media Instagram

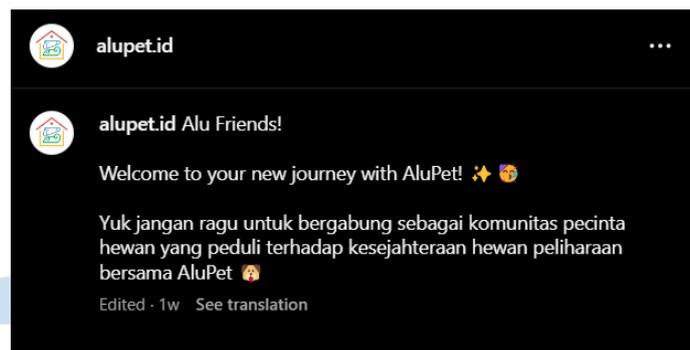
Selaku CMO, penulis membuat desain *marketing* untuk meningkatkan *awareness* tentang AluPet dan mendapatkan konsumen untuk AluPet. Maka dari itu, penulis dan tim memutuskan untuk melakukan pendekatan baik secara *online* sebelum terjun langsung ke lapangan secara *offline*. Pendekatan awal AluPet adalah dengan membuat akun bisnis pada platform Instagram.

U M M N
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



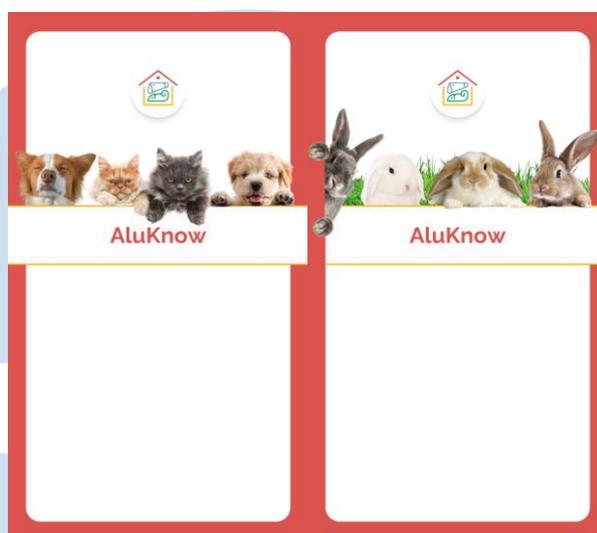
Gambar 4. 106 Instagram Feeds Welcome

Pendekatan ini diawali dengan membuat konten pembuka berupa *feeds* Instagram dengan *caption* yang menarik, serta konten pendukung konten AluKnow dan AluFact. Dalam perancangan konten *feeds* penulis melibatkan *platform* seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop untuk membuat beberapa ilustrasi, memainkan efek lengkung, serta merapikan *detail* gambar.



Gambar 4. 107 Instagram Feeds Caption

Pendekatan tim AluPet kepada calon konsumen selanjutnya adalah dengan membuat konten di Instagram yang akan di *post* tiga kali dalam seminggu. Hal ini dilakukan untuk menaikkan *awareness* dari AluPet. Konten Instagram yang akan dibuat adalah konten *polling* Instagram bernama AluKnow yang akan di *share* ke *story* Instagram AluPet.



Gambar 4. 108 Konten Instagram AluKnow

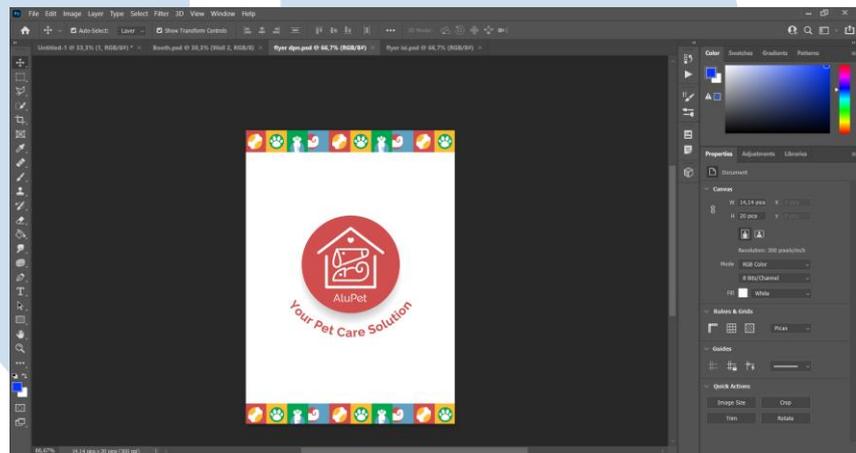
Penulis juga membuat konten AluFact yang membahas mengenai jawaban dari *polling* kuis AluKnow sesuai fakta terpercaya. Konten ini akan di *share* ke *reels* Instagram dari AluPet. Dalam perancangan konten ini juga melibatkan *platform* seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop untuk membuat beberapa ilustrasi, merapikan gambar, serta mencoba *mockup story*.



Gambar 4. 109 Konten Instagram AluFact

4.3.3 Desain *Marketing Flyer*

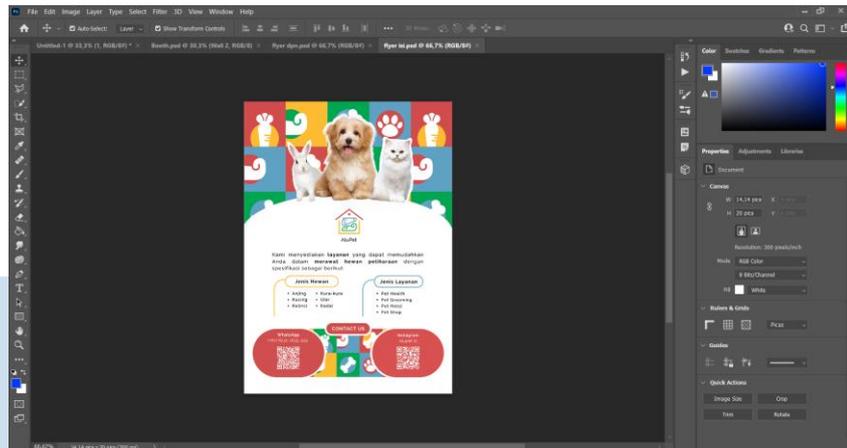
Selain membuat *marketing* secara *online* dengan sosial media, penulis juga melakukan pendekatan *marketing* secara *offline*. Salah satu pendekatan yang dilakukan adalah dengan membuat *flyer* AluPet. *Flyer* ini berisi tentang kategori hewan dan jenis layanan yang tersedia pada aplikasi AluPet, sehingga orang-orang yang menerima *flyer* dapat memiliki ketertarikan untuk menjadi konsumen AluPet.



Gambar 4. 110 Proses Perancangan *Flyer* Tampak Depan

Di dalam *flyer* juga dicantumkan kontak AluPet yaitu WhatsApp Business dan Instagram dari AluPet, sehingga orang dapat langsung menghubungi AluPet melalui dua *platform* tersebut untuk memesan atau sekedar bertanya. Pada proses pembuatannya, desain *flyer* ini didesain menggunakan perpaduan *platform* Adobe yaitu Adobe Illustrator untuk membuat logo dan beberapa elemen pendukung, serta Adobe Photoshop yang digunakan untuk mengedit foto yang tercantum pada *flyer*.

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



Gambar 4. 111 Proses Perancangan *Flyer* Tampak Belakang

Penulis dan tim juga berencana menyebarkan *flyer* yang sudah di desain sebelumnya saat membuka *booth exhibition* ini. Dalam proses pembuatannya, penulis membuat *mockup booth* dan *mockup aplikasi* menggunakan Adobe Photoshop, namun penulis juga menggabungkan beberapa ilustrasi menggunakan Adobe Illustrator.

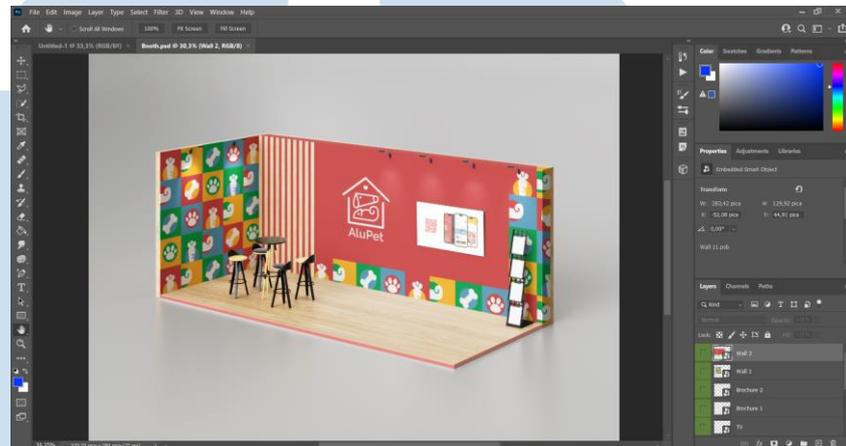


Gambar 4. 112 Tampak Depan dan Belakang *Flyer*

4.3.4 Desain *Marketing Booth Exhibition*

Proses perancangan *marketing* dengan pendekatan secara *offline* selanjutnya adalah dengan membuat desain untuk *booth exhibition*. Penulis dan tim berencana untuk menaikkan *awareness* calon konsumen dengan

membuka *booth offline* dari beberapa *event* yang akan diadakan kedepannya. Sehingga penulis membuat desain *mockup* untuk *booth exhibition* menggunakan tema yang *cheerful, happy, dan comforting*.



Gambar 4. 113 Proses Pembuatan *Mockup Booth Exhibition*

Penulis dan tim juga berencana menyebarkan *flyer* yang sudah di desain sebelumnya saat membuka *booth exhibition* ini. Dalam proses pembuatannya, penulis membuat *mockup booth* dan *mockup* aplikasi menggunakan Adobe Photoshop, namun penulis juga menggabungkan beberapa ilustrasi menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 4. 114 *Mockup Booth Exhibition Final*

4.4 Penentuan Vendor *Prototype* Produk /Jasa

Penulis dan tim AluPet yang memutuskan untuk membuat *merchandise* harus mencari vendor-vendor untuk pembuatan *merchandise* tersebut. Berikut beberapa vendor yang menjadi pilihan tim AluPet.

4.4.1 Aplikasi Jasa AluPet

Pada penentuan vendor *prototype*, penulis dan tim memilih Crosstechno sebagai vendor untuk pembuatan aplikasi. Vendor ini memiliki keunggulan dalam pembuatan aplikasi *mobile*. Dengan adanya hal tersebut, penulis dan tim mulai riset lebih dalam terhadap Crosstechno. Hasil dari riset tersebut membuktikan bahwa mereka memiliki berbagai ahli yang berpengalaman dengan pembuatan aplikasi *mobile*. Namun kekurangan dari vendor *prototype* ini adalah Crosstechno berada di Kota Surabaya, dan harga pembuatan aplikasi dapat terbilang cukup beragam sesuai dengan kompleks atau tidaknya *prototype*.

	Android	iOS
Toko Online / Marketplace	Rp 10.000.000 - Rp 30.000.000 Tergantung seberapa kompleks fitur yang diinginkan	Rp 25.000.000 - Rp 30.000.000 Tergantung seberapa kompleks fitur yang diinginkan
Property / Real Estate	Rp 30.000.000 - Rp 300.000.000	Rp 40.000.000 - Rp 400.000.000
Aplikasi Layanan	Rp 20.000.000 - Rp 300.000.000	Rp 30.000.000 - Rp 400.000.000

Gambar 4. 115 Vendor Aplikasi AluPet

4.4.2 Merchandise Alupet

Penulis dan tim yang membuat *merchandise* juga telah menentukan vendor untuk produk *merchandise* AluPet. Namun tiap produk memiliki vendor yang berbeda sesuai dengan kualitas, harga, dan kecepatan pengerjaannya.

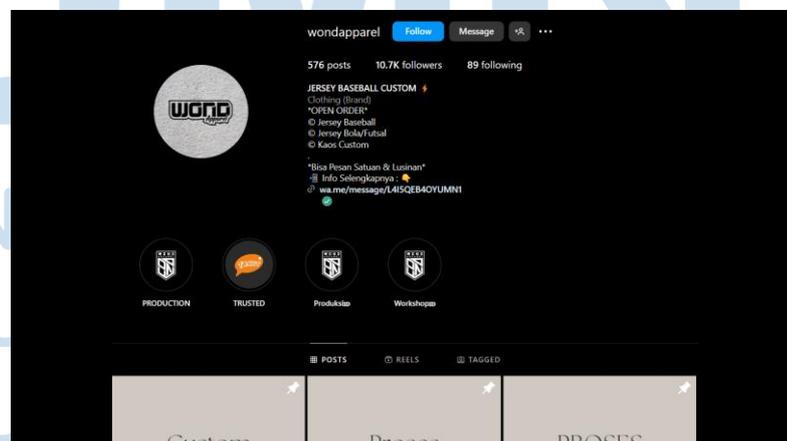
4.4.2.1 Jersey AluPet

Penulis dan tim membuat sebuah *jersey* dengan warna utama merah dan putih. Desain *jersey* tersebut cukup sederhana namun membutuhkan ketelitian.



Gambar 4. 116 Desain Jersey AluPet

Maka dari itu penulis dan tim memutuskan untuk memilih salah satu vendor bernama Wondapparel sebagai vendor untuk *merchandise jersey* AluPet. Hal tersebut diputuskan setelah melakukan perbandingan dengan vendor jersey lain.



Gambar 4. 117 Wondapparel Instagram

4.4.2.2 Totebag AluPet

Selain *jersey*, penulis dan tim juga membuat *merchandise* berupa *totebag* dengan desain ala AluPet. Desain dari *totebag* tersebut terdiri dari supergrafis, logo, dan warna sesuai dengan identitas AluPet.



Gambar 4. 118 Desain *Totebag* AluPet

Setelah mencari vendor *totebag*, penulis dan tim segera menentukan vendor terbaik yaitu KraftShopId yang ditemukan melalui *platform* Shopee.



Gambar 4. 119 Vendor *Vendor* AluPet

4.4.2.3 Lanyard AluPet

Pada *merchandise lanyard*, desain yang dibuat oleh tim AluPet cukup sederhana, sehingga bahan yang digunakan akan terlihat menonjol. Maka dari itu, penulis dan tim mencari bahan *lanyard* yang berkualitas untuk *lanyard* dari AluPet.



Gambar 4. 120 Desain *Lanyard* AluPet

Penulis dan tim mendapatkan beberapa kandidat *vendor* yang cukup baik, namun setelah melakukan seleksi dari segi harga, penulis dan tim memutuskan untuk membuat *lanyard* dengan vendor bernama Ngeprint Digital.



Gambar 4. 121 Vendor *Lanyard* AluPet

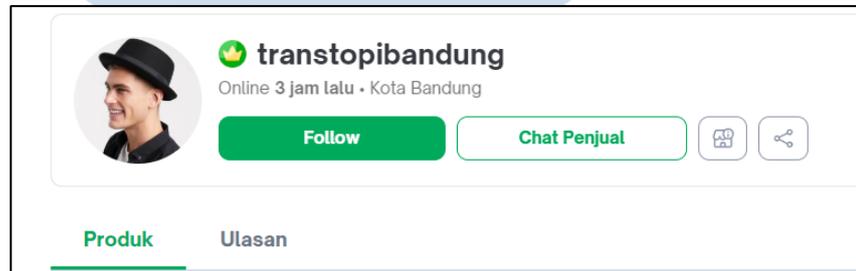
4.4.2.4 Topi AluPet

Merchandise lainnya yang dibuat oleh penulis dan tim adalah topi. Topi ini dibuat berwarna putih dengan logo alupet berwarna di bagian depan topi. Terdapat juga *wordmark* AluPet yang terdapat di bagian samping topi.



Gambar 4. 122 Desain Topi AluPet

Penulis dan tim memutuskan untuk memilih TransTopiBandung sebagai vendor dari topi AluPet. Hal tersebut diputuskan setelah mempertimbangkan harga, kualitas, dan kecepatan pengerjaan topi tersebut. Berikut desain dari topi AluPet.



Gambar 4. 123 Vendor Topi AluPet

4.5 Hasil Ujicoba *Prototype* Produk/Jasa

Pada hasil ujicoba *prototype*, penulis dan tim membuat sebuah *google form* yang bertujuan untuk mengetahui seperti apa pengalaman *user* dalam menggunakan aplikasi, serta apa saja hal yang harus diperbaiki oleh tim. Dengan adanya ujicoba ini, penulis dan tim dapat memaksimalkan cara kerja aplikasi, memberikan solusi kepada *user* yang kesulitan menggunakan aplikasi, serta memperbaiki kesalahan-kesalahan pada aplikasi. Penulis dan tim mulai menyebarkan *user test* dari tanggal 26 April 2024 sampai dengan 7 Mei 2024. *User test* tersebut dilaksanakan secara *online* maupun *offline* dengan tujuan mengetahui tanggapan *user* dengan efektif, efisien, dan tepat sasaran. Penulis dan tim juga melakukan dokumentasi terhadap

user yang mengikuti *user test* secara *offline* untuk mencoba *prototype* dari aplikasi AluPet.



Gambar 4. 124 *User Test* Aplikasi AluPet

Terdapat jumlah partisipan yang mengisi *google form* sebanyak 35 partisipan yang meliputi 19 orang wanita dan 16 orang pria. *Range* usia partisipan paling banyak adalah partisipan dengan usia 25-35 tahun sebanyak 28 orang, disusul dengan partisipan dibawah 25 tahun sebanyak 5 orang dan partisipan diatas 35 tahun sebanyak 2 orang.



Gambar 4. 125 *Screenshot Google Form*

Penulis dan tim membagi *user test* ke dalam dua kategori yaitu kategori desain dan kategori navigasi (pengalaman pengguna). Hal ini digunakan penulis untuk mempermudah tim dalam melakukan tindakan selanjutnya, seperti revisi navigasi, atau revisi dalam desain.

4.5.1 Desain

Hasil kuesioner dari *user test* dalam segi desain cukup baik karena *UI* pada aplikasi AluPet membuat responden tertarik untuk segera menggunakan aplikasi. Dari beberapa pertanyaan mengenai warna, bentuk, ikon, gambar, dan ilustrasi, sebagian besar responden memberi tanggapan positif. Namun dari tanggapan positif tersebut, juga terdapat beberapa masukan pada bagian *layout* aplikasi. Beberapa responden memberikan tanggapan untuk mengubah penempatan *layout* untuk membuat *layout* menjadi lebih jelas, sehingga penulis dan tim melakukan beberapa perbaikan pada *layout* aplikasi AluPet. Berikut merupakan hasil kuesioner *google form* yang diperoleh penulis dan tim.

Tabel 4. 3 *User Test* Desain Aplikasi

No	Pernyataan	Jumlah Responden					Skor Rata-rata
		1 (-2)	2 (-1)	3 (0)	4 (1)	5 (2)	
1	Seberapa menarik Anda menilai desain antarmuka pengguna (<i>UI</i>) dari AluPet	0	0	0	6	29	4,8
2	Seberapa menarik Anda menilai <i>color palette</i> yang digunakan AluPet?	0	0	0	16	19	4,5
3	Seberapa konsisten menurut Anda tema desain yang digunakan dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	12	23	4,7
4	Seberapa mudah menurut Anda membaca teks dan navigasi dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	14	21	4,6

5	Seberapa menarik menurut Anda elemen visual seperti ikon dan gambar yang digunakan dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	11	24	4,7
6	Seberapa intuitif menurut Anda tata letak dan organisasi elemen-elemen di dalam aplikasi AluPet?	0	0	3	10	22	4,5

4.5.2 Navigasi

Pada bagian navigasi, penulis mendapatkan tanggapan baik dari para responden, dimana rata-rata skor dari lima pertanyaan mengenai navigasi aplikasi berada di angka 4 dari 5 total poin. Beberapa responden memberikan tanggapan mereka, dan saran dari responden sangat membantu penulis dan tim dalam memaksimalkan efektifitas navigasi dalam aplikasi. Berikut adalah data pertanyaan dan tanggapan dari responden yang mengisi kuesioner *google form*.

Tabel 4. 4 *User Test* Navigasi Aplikasi

No	Pernyataan	Jumlah Responden					Skor Rata-rata
		1 (-2)	2 (-1)	3 (0)	4 (1)	5 (2)	
1	Seberapa mudah Anda menggunakan aplikasi AluPet?	0	0	0	8	27	4,8
2	Seberapa mudah Anda dapat memahami cara menggunakan fitur-fitur utama dalam AluPet?	0	0	0	13	22	4,6

3	Seberapa jelas menurut Anda petunjuk navigasi yang disediakan dalam aplikasi AluPet, baik berupa ikon dan teks keterangan yang ada?	0	0	4	13	18	4,4
4	Seberapa cepat Anda bisa menavigasi dari satu layar ke layar lainnya dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	18	17	4,5
5	Seberapa responsif menurut Anda aplikasi AluPet terhadap aksi yang Anda lakukan	0	0	0	10	25	4,7

4.5.3 *Budgeting dalam Marketing Customer*

Dalam tahap *marketing*, desain-desain yang sudah dibuat oleh penulis dan tim kemudian diimplementasikan. Pada tahap implementasi ini, tim AluPet mengeluarkan *budget* yang dapat dirincikan dalam tabel berikut.

UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Tabel 4. 5 Pengeluaran Marketing B2C

Pengeluaran Marketing (1 Bulan)			
	Harga	Kuantitas	Total
<i>Flyer</i>	Rp1.625,00	100	Rp162.500,00
<i>Instagram Ads</i>	Rp3.000,00	50	Rp150.000,00
<i>Pricelist</i>	Rp83.000,00	1	Rp83.000,00
<i>Table Tent</i>	Rp16.000,00	2	Rp32.000,00
<i>Banner</i>	Rp90.000,00	1	Rp90.000,00
Poster A3	Rp5.500,00	1	Rp5.500,00
Poster A4	Rp2.750,00	2	Rp5.500,00
Stiker	Rp20.500,00	2	Rp41.000,00
Bensin Mobil Pribadi	Rp200.000,00	1	Rp200.000,00
Properti Booth	Rp27.500,00	2	Rp55.000,00
Jersey Seragam	Rp140.000,00	4	Rp560.000,00
Lanyard Merch	Rp7.380,00	20	Rp147.600,00
Topi Merch	Rp30.000,00	10	Rp300.000,00
Totebag Merch	Rp20.000,00	10	Rp200.000,00
TOTAL			Rp2.032.100,00

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

4.6 Kendala yang Ditemukan

Selama proses pelaksanaan MBKM, penulis dan tim terlibat beberapa kendala. Kendala pertama yang dilalui oleh tim AluPet adalah mencari nama aplikasi. Pada awalnya, tim AluPet memberikan nama aplikasi “My Pawtners”. Namun nama tersebut lebih identik dengan hewan peliharaan dengan kategori hewan berbulu seperti anjing dan kucing, sedangkan hewan *exotic* seperti kadal tidak memiliki *paw* (telapak kaki seperti anjing dan kucing). Maka dari itu penulis dan tim harus mengubah dan mencari alternatif nama untuk aplikasi kami.

Kendala lain yang dialami tim AluPet adalah kendala dalam mencari vendor untuk implementasi *flyer* dan *merchandise* dari AluPet. Tim mengalami kendala ini karena beberapa vendor yang terpercaya mengharuskan minimal pemesanan sebanyak 50 produk, sedangkan tim kami hanya akan memesan kurang dari 50 produk dikarenakan satu dan lain hal. Sehingga penulis dan tim harus mencari vendor lain yang bersedia untuk memenuhi permintaan *custom* produk kurang dari 50 produk.

Kendala terakhir terjadi pada saat penulis dan tim melakukan pencarian *partner* dan penyebaran *flyer* di waktu yang berdekatan. Tim AluPet harus mencari *partner* yang ahli dalam bidang merawat hewan, namun tim juga sudah harus memiliki konsumen dalam waktu dekat. Saat penulis dan tim melakukan pencarian untuk *partner* kerjasama dari AluPet, penulis mengalami kendala karena banyak dari *pet store* sudah memiliki nama yang cukup besar dan tidak ingin membuka lebih banyak peluang karena *exposure* yang sudah dimiliki. Sedangkan beberapa *pet store* lain yang dikunjungi penulis sedang tidak memiliki orang yang berwenang dalam memutuskan kontrak kerjasama dengan AluPet saat itu. Pada tahap penyebaran *flyer*, penulis dan tim mengalami kendala dalam hal waktu, karena pada hari yang sama, tim melakukan penyebaran *flyer* sekaligus pencarian *partner* untuk bekerjasama dengan AluPet.

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

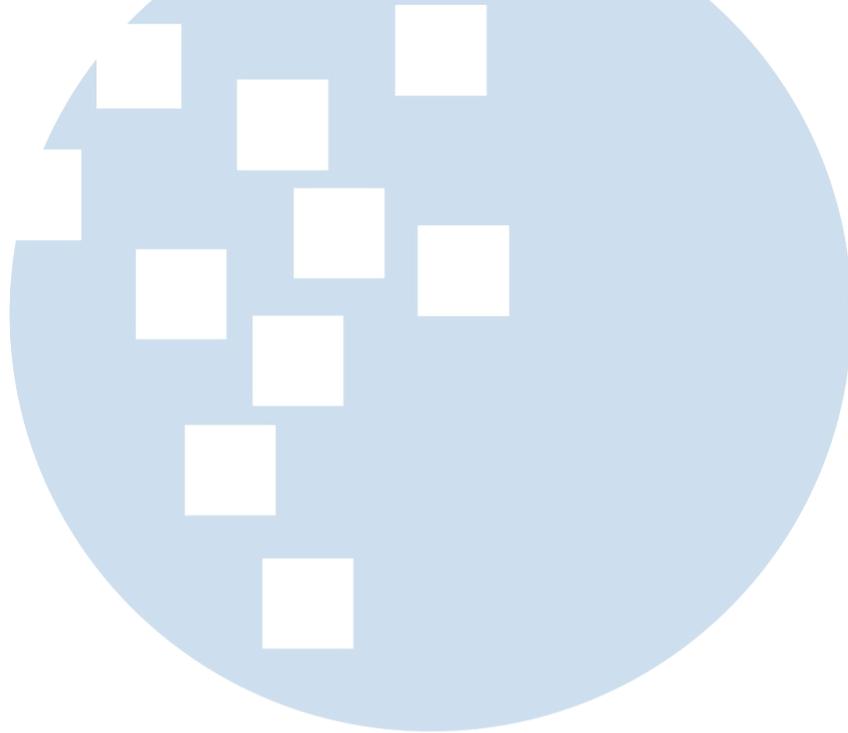
Berdasarkan kendala yang telah kami temukan, Tim AluPet akhirnya memutuskan untuk memberi solusi yang dapat menyelesaikan kendala tersebut.

Pada kendala pertama yaitu sulit dalam mencari nama yang sesuai, tim kami memutuskan untuk melakukan riset, *mindmapping*, dan *brainstorming* setiap hari. Dari kegiatan tersebut, tim kami menemukan beberapa ide nama aplikasi yang sesuai dengan layanan jasa kami. Dari beberapa ide tersebut, tim kami melakukan riset kembali mengenai apakah nama tersebut sudah atau belum digunakan oleh perusahaan lain. Proses tersebut memakan waktu kurang lebih dua sampai tiga minggu, hingga akhirnya tim kami memutuskan untuk mengadopsi nama AluPet yang memiliki kepanjangan *All You Can Pet*. Nama tersebut belum ada di pasaran, sehingga masih dapat digunakan oleh tim kami untuk proyek MBKM Kewirausahaan kali ini.

Kendala kedua yang dialami tim adalah pencarian berbagai vendor seperti vendor *print flyer*, pembuatan *merchandise*. Pada kendala kali ini, tim akhirnya memutuskan untuk melakukan pembagian tugas untuk mencari vendor karena dapat mempermudah pengerjaan menjadi lebih efisien. Setelah tim menemukan beberapa alternatif vendor, tim kembali menghubungi vendor-vendor tersebut dan melakukan seleksi. Pada tahap akhir, tim akhirnya dapat mengimplementasikan pembuatan *flyer* dan *merchandise* dari Aplikasi AluPet.

Pada kendala pencarian *partner* dan konsumen, tim AluPet lebih banyak merasakan kendala pada pencarian *partner*. Hal tersebut terjadi karena kami sudah melakukan teknik promosi *word of mouth*, dimana kami mempromosikan AluPet dengan menarik perhatian konsumen potensial yang berada dekat dengan lingkungan kami. Cara promosi tersebut ternyata membuahkan hasil yang cukup baik, karena beberapa orang yang berada di lingkungan tersebut sangat tertarik dengan adanya layanan dari AluPet. Untuk mencapai hasil yang maksimal, tim kami tetap ingin menyebarkan *flyer* ke wilayah sekitar Tangerang untuk memikat ketertarikan masyarakat sekitar akan layanan jasa yang kami sediakan. Namun kendala dalam pencarian *partner* cukup menjadi halangan dari tim kami. Pencarian *partner* pada awalnya dimulai dari pendekatan melalui Whatsapp Bussiness terlebih dahulu, namun karena kendala komunikasi, tim kami memutuskan untuk langsung terjun langsung ke lapangan. Solusi tersebut membuahkan hasil yang baik jika dibandingkan dengan pendekatan *chatting* secara *online*. Melihat peluang tersebut,

tim kami memutuskan untuk terus terjun langsung ke lapangan dan melakukan pendekatan *partnership* secara *offline* berdampingan dengan menyebarkan *flyer* ke perumahan dan *public area* di sekitar Tangerang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah penulis menjalani kegiatan MBKM Kewirausahaan ini, penulis yang bertugas sebagai CMO (Chief Marketing Officer) mendapatkan berbagai pengalaman mengenai cara memulai dan mengembangkan bisnis wirausaha. Penulis juga berkesempatan untuk mengasah ilmu dalam pembuatan *UI/UX* pada aplikasi *mobile*, serta membuat berbagai strategi *marketing* yang berpotensi meningkatkan *awareness* sebuah bisnis.

Dalam proses perancangan aplikasi, penulis memberikan beberapa kontribusi yang mengharuskan penulis bekerjasama dengan orang lain untuk membuat aplikasi AluPet. Selain itu, penulis yang berperan sebagai CMO berkontribusi dalam membuat berbagai strategi *marketing* untuk memperkenalkan dan menarik konsumen AluPet. Dalam hal tersebut, penulis mendapatkan pengalaman untuk membuat desain *flyer*, *booth exhibition* dan konten untuk Instagram berbentuk *story*, *reels*, maupun *feeds*. Berdasarkan pengalaman penulis, desain tersebut memiliki berbagai tujuan, ada beberapa konten yang didesain untuk meningkatkan *awareness*, ada juga konten lain yang didesain khusus untuk mempersuasi calon konsumen untuk membeli layanan jasa yang disediakan.

Pada kesempatan kali ini, penulis mendapatkan berbagai pengalaman berharga melalui MBKM Kewirausahaan ini. Penulis tidak hanya mengembangkan keterampilannya dalam menggunakan *platform* desain seperti Figma, Adobe Illustrator, dan Adobe Photoshop, tetapi juga mengasah *softskill* dalam berbicara dan *teamwork*.

5.2 Saran

Saran dari penulis bagi mahasiswa lain yang akan atau sedang menjalani *Cluster* MBKM Kewirausahaan:

1. Mahasiswa harus mengetahui bahwa sifat dan keterampilan tiap anggota kelompok berbeda, sehingga mereka harus mengisi kekurangan satu sama lain.
2. Mahasiswa harus mengetahui kemampuan diri dan berani berdiskusi dalam pelaksanaan kegiatan, baik dalam pengajuan ide maupun pengambilan keputusan.
3. Sebelum menentukan topik kegiatan, mahasiswa harus sudah mengetahui latar belakang permasalahan yang menjadi dasar dibuatnya ide wirausaha, sehingga berdirinya kewirausahaan tersebut memiliki pondasi dari permasalahan yang memang terjadi di masyarakat.

Saran untuk penulis dari dosen penguji sidang adalah sebagai CMO, penulis dapat membuat desain untuk membantu pendekatan *B2B* menjadi lebih efisien, seperti dengan membuat *flyer* yang menjadikan mitra bisnis sebagai target untuk penyebaran *flyer*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA