

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

*Group order* merupakan sistem pembelian *merchandise* K-Pop seperti album, *lightstick*, dan *photocard* idola secara grosir melalui satu buah toko *online*. Pembelian produk melalui GO menjadi salah satu opsi utama bagi penggemar K-Pop di Indonesia karena dinilai efisien. Namun, berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang melibatkan 112 penggemar K-Pop, ditemukan bahwa pihak pembeli di *group order* mengalami kendala dari segi penyajian informasi. Informasi yang dikirim oleh penjual sering tercecer dan tertimbun sehingga sulit ditemukan oleh pembeli. Selain itu, media yang ada dan digunakan saat ini belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan di dalam *group order* dan mempengaruhi performa serta pengalaman (*user experience*) pihak yang terlibat.

Oleh karena itu, didapatkan solusi yaitu perancangan media informasi interaktif untuk *group order* K-Pop. Media yang dirancang harus bersifat informatif karena desain informasi bermanfaat untuk memberikan instruksi, fakta, dan data kepada pengguna. Desain juga harus bersifat interaktif karena media interaktif dapat menjembatani hubungan antar dua pihak secara responsif. Maka, atas dasar ini, *output* media informasi interaktif yang dibuat adalah aplikasi *mobile*. Perancangan ini ditujukan bagi penggemar K-pop perempuan berusia 21-25 tahun di Jabodetabek. Dengan adanya aplikasi tersebut, penulis bertujuan untuk membuat media berbelanja yang efektif dan memenuhi kebutuhan aktivitas jual-beli *merchandise* bagi *group order* K-Pop.

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai *group order* K-Pop dan *marketplace*, penulis melakukan wawancara dengan seorang penjual di *group order* dan ahli UI/UX. Penulis juga melakukan studi eksisting dan studi referensi untuk membuat desain yang paling cocok dengan penggemar K-Pop.

Dalam proses perancangan aplikasi ini, digunakan metode *5 stages in design thinking* yang terdiri dari tahap *empathize, define, ideate, prototyping, dan test*.

Penulis mendefinisikan masalah yang ada berdasarkan hasil penelitian dan menentukan fitur-fitur yang dapat menjawab permasalahan pembeli di dalam *group order*. Solusi fitur yang didapatkan adalah *review* atau *testimoni, rating group order, detail produk, notifikasi dan push-notification, metode pembayaran full payment dan down payment, rekap transaksi, dan timeline* pengiriman produk. Selanjutnya, penulis menentukan konsep utama dan *big idea* yang berbunyi “*your go-to destination for an exciting shopping experience*”. Dengan *big idea* ini, aplikasi ini diharapkan untuk menjadi destinasi utama yang mampu menghubungkan pihak penjual dan pembeli di dalam *group order* dan menawarkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, semuanya di satu tempat. Aplikasi diberi nama MoonGO untuk mencerminkan kata destinasi yang ada di *big idea* dan kegiatan berbelanja K-Pop.

Aset-aset visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, *button*, dan ikon didesain sesuai dengan konsep yang telah ditentukan dan berdasarkan landasan teori yang ada pula. Setelah itu, dirancang sebuah skenario utama yang dimulai dari tahap pencarian produk, pembelian produk (*checkout*), dan pemeriksaan *update* mengenai pengiriman produk. Skenario ini lalu diuji oleh target audiens melalui tahap *alpha testing* dan *beta testing* dan berhasil memperoleh hasil yang baik. Aplikasi MoonGO diharapkan dapat menjadi solusi dari kendala *group order* yang ada dan menjadi destinasi utama yang mampu mengakomodasi kebutuhan dan aktivitas pengguna di dalam *group order* K-Pop.

## 5.2 Saran

Setelah menuntaskan perancangan aplikasi *mobile* MoonGO, terdapat sejumlah saran yang dapat diberikan penulis bagi pembaca, mahasiswa, peneliti dan desainer lainnya yang akan membuat perancangan dengan topik maupun *output* yang serupa. Masukan berkaitan dengan hal-hal yang perlu diperhatikan selama

proses perancangan, baik yang bersifat teknis maupun non-teknis. Berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pembaca.

1. Pastikan untuk melakukan *time management* yang baik dan membangun kebiasaan untuk menyicil pekerjaan selama proses perancangan agar tidak merasa stres dan kesulitan di akhir.
2. Saat melakukan riset, pastikan bahwa data maupun informasi yang diperoleh sudah lengkap, kuat, dan kredibel agar seluruh komponen perancangan dibuat atas dasar teori dan data yang akurat.
3. Ketika membuat *prototype* aplikasi, pastikan untuk memeriksa ukuran dan menguji kelancaran *prototype* melalui *website smartphone*. Terdapat perbedaan tampilan antar laptop, aplikasi Figma *mobile*, dan *mobile website* yang digunakan oleh *user* dan hal ini dapat mempengaruhi pengalaman mereka ketika melakukan *user testing*.
4. Jika pengumpulan data penelitian dan *testing* menggunakan kuesioner, pastikan untuk mengumpulkan nama dan kontak *user*. Hal ini berguna untuk mempermudah proses perancangan kedepannya, yaitu ketika penulis melakukan *interview* lanjutan atau ingin mengundang target audiens untuk melakukan *testing* terhadap hasil desain yang sudah jadi.
5. Variasi produk *merchandise* K-Pop dapat diperluas, tidak hanya untuk industri musik K-Pop saja. Perancangan dapat dieksplor sampai ke sisi K-Beauty, K-Drama, K-Entertainment, *game*, dan lainnya.
6. Dalam pembuatan fitur aplikasi, pastikan untuk memahami kebutuhan *user* terlebih dahulu sebelum melompat ke solusi. Pastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar didasarkan pada *user needs* dan *output* yang dihasilkan mampu menjawab kebutuhan pengguna.
7. Gunakan *design system* dari awal perancangan agar desain konsisten dan perubahan lebih mudah untuk dilakukan.
8. Carilah referensi sebanyak-banyaknya dan pelajari desain yang sudah ada. Dengan begitu, desain yang dibuat akan terlihat lebih nyata, terasa familiar dan lebih mudah digunakan oleh pengguna.