

## BAB III

### MARKET AND PRODUCT VALIDATION

#### 3.1 Market Research Validation

Validasi pasar merupakan proses penting yang dilakukan untuk mengurangi resiko kegagalan dari produk yang akan dikembangkan atau menentukan apakah memenuhi permintaan pasar (Ghina & Anugrah, 2022). Cosmosize merupakan produk baru yang akan dikembangkan sehingga membutuhkan validasi pasar untuk menentukan apakah dibutuhkan oleh pasar industri kreatif. Dengan itu, penentuan STP, pembuatan *persona user*, serta pengumpulan data akan dijabarkan dalam validasi pasar berikut.

##### 3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning

Cosmosize menentukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* sebagai bagian dari strategi untuk meraih pemasaran produk yang optimal. Proses segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dilakukan untuk membimbing perusahaan mengenai siapa yang akan dilayani dan bagaimana akan dilayani dengan perencanaan strategis yang memperhitungkan kebutuhan dan permintaan konsumen (Robbani, 2024). Maka dari itu, Cosmosize memiliki STP sebagai berikut:

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

Variabel Segmentasi	Keterangan
<b>Demografis</b>	
▪ Usia	: Primer: 23-28 tahun Sekunder: 18-22 tahun
▪ Gender	: Perempuan & laki-laki
▪ Pekerjaan	: Kreator <i>merchandise</i> , desainer grafis, ilustrator, UMKM
▪ Pendapatan	: Rp1.800.000-Rp3.000.000+

▪ SES	:	A dan B
<b>Geografis</b>		
▪ Area	:	Jabodetabek
▪ Tingkat kepadatan penduduk	:	49.838 jiwa/km <sup>2</sup>
<b>Psikografis</b>		
▪ <i>Attitude</i>	:	eksploratif, peduli kualitas
▪ <i>Lifestyle</i>	:	mengikuti perkembangan <i>trend</i> , memiliki hobi menggambar maupun koleksi. menyukai <i>merchandise</i> .

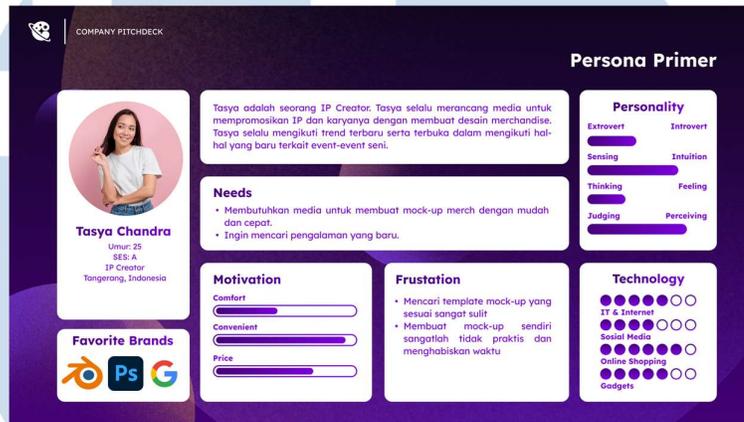
Berdasarkan tabel segmentasi yang telah dijabarkan, target pasar utama dari Cosmosize adalah kreator *merchandise*, desainer grafis, ilustrator, dan UMKM. *Targeting* dari Cosmosize didapatkan dengan memiliki target pasar primer dan sekunder. Target pasar primer ditujukan pada kreator yang berusia 23-28 tahun dengan SES A, sedangkan target pasar sekunder ditujukan pada kreator pemula yang berusia 18-22 tahun dengan SES B, serta keduanya berdomisili di Jabodetabek.

Setelah melalui segmentasi dan *targeting*, maka didapatkan *positioning statement* yaitu ide bisnis Cosmosize dibangun untuk membantu para kreator *merchandise* dengan usia 23-28 tahun sebagai target pasar primer. Fitur yang disediakan dalam *website* Cosmosize dirancang dengan tujuan mempermudah pembuatan *mock-up* bagi para kreator *merchandise*. Dengan itu, segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang dijabarkan telah menjelaskan target pasar yang berpotensi membutuhkan Cosmosize.

### 3.1.2 Market Persona

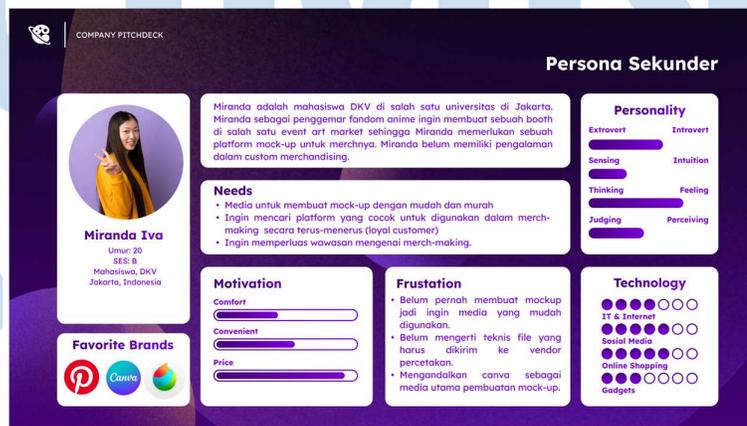
*Market persona* merupakan perkiraan dari individu yang memungkinkan untuk menginginkan dan membeli produk yang akan dikembangkan (Pasaribu et al., 2024). *Market persona* dapat

merepresentasikan target audiens yang akan menggunakan *website* Cosmosize. Untuk target audiens dari Cosmosize, terdapat primer dan sekunder, dengan itu terdapat 2 *market persona* yang merepresentasikan kedua target audiens yang berbeda.



Gambar 3.1 Target Market Persona Primer

Target *market persona* primer merepresentasikan target audiens yang telah bekerja dan menghasilkan, serta bekerja dalam bidang industry kreatif, khususnya sebagai kreator IP atau *merchandise* yang telah mengenal keperluan *mock-up*. Dengan latar belakang yang sudah mengenal desain, maka target *market* mengetahui tujuan dalam menggunakan layanan Cosmosize. Selain itu, target *market* primer merupakan orang-orang yang sudah menghasilkan, menimbang layanan Cosmosize memiliki harga yang tidak kecil.



Gambar 3.2 Target Market Persona Sekunder

Sedangkan, target *market persona* sekunder merepresentasikan target audiens yang masih menjadi mahasiswa, namun merupakan seorang pemula dalam perihal *mock-up*. Juga ditargetkan bagi orang-orang yang ingin berjualan *merchandise* atau sudah pernah. Dengan adanya perbedaan *skill*, maka terdapat target primer dan sekunder yang mempengaruhi pengalaman dalam pembuatan *mock-up*.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

Metode pengumpulan data dilakukan dengan tujuan untuk memvalidasi target pasar dan mengenal lebih dalam dengan kendala yang mereka alami dengan perihal *mock-up*. Proses pengumpulan mencakup dua pendekatan utama, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan dengan melakukan wawancara pada beberapa kreator IP, sedangkan data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan pada kreator IP, ilustrator, dan sebagainya.

#### 3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Metode pengumpulan data kualitatif merupakan wawancara yang dilakukan pada 2 ilustrator dan kreator *merchandise* dengan nama pena Veru dan Leia. Dengan pengalaman selama 2-3 tahun membuat *merchandise*, Veru dan Leia memiliki cukup banyak pengalaman dalam berkomunikasi dengan vendor serta proses produksi *merchandise*. Wawancara dilakukan pada Senin, 24 Februari 2025 secara tatap muka.



Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara dengan Veru dan Leia

### A. Wawancara dengan Veru

Veru merupakan seorang *freelancer illustrator* dengan memiliki toko pribadi yang menjual berbagai *merchandise* pada *event art market* dan komisi dengan nama Veruscca. Beliau telah berpartisipasi dalam 5 *art market* dengan salah satunya Comifuro bersama dengan Leia. Jenis *merchandise* yang dibuat olehnya mencakup dari *keychain*, *acrylic standee*, *sticker*, dan *photocard*. Secara hitungan kasar, beliau telah membuat sekitar 30 desain untuk produk *merchandise* yang berbeda-beda dan dapat menjual sekitar 150-200 produk dalam sekali *event art market*.

Veru menganggap secara umum bahwa *mock-up* menjadi suatu hal yang penting untuk dimiliki dengan tujuan untuk *showcase* dan *review*, hasil akhir dari produk *merchandise* agar mendapatkan gambaran akhirnya. Veru menyatakan sering sekali membuat *merchandise* ketika terdapat *event art market*. Veru seringkali menggunakan *mock-up* untuk dimasukkan dalam katalog, untuk vendor, serta pembuatan *cutting line* dimana vendor terkadang membutuhkannya. Beliau menggunakan berbagai *software* untuk pembuatan *mock-up* seperti Photoshop, Procreate, dan Figma. Namun, dinyatakan bahwa pembuatan *mock-up* masih dilakukan satu per satu sehingga malas untuk dilakukan dan *wasting time*.

Beliau menyatakan bahwa jarak antar *event art market* cukup jauh, sedangkan tetap memerlukan pembuatan *mock-up* sebelum *event*, dan terkadang lupa dengan pembuatan *mock-up* karena banyaknya langkah yang perlu dilakukan dalam Photoshop. Veru sempat memiliki masalah dengan vendor karena adanya *delay* dalam produksi sehingga baru sampai di subuh hari-H dari *event*. Hal tersebut disebabkan karena adanya *overproduction* dan pembuatan *cutting line* berada di tangan vendor sehingga dapat disimpulkan bahwa vendor mengalami keteteran. Dalam perihal pembuatan *mock-up* secara cepat, Veru belum pernah menemukan dan masih harus mencari satu-satu untuk diunduh. Beliau

menginginkan produk yang bersifat *one-click* dimana pembuatan *mock-up* dilakukan dengan instan

## **B. Wawancara dengan Leia**

Leia juga merupakan seorang *freelancer illustrator* dengan memiliki toko pribadi yang sama menjual berbagai *merchandise* dengan nama Pengumaruu. Leia telah berpartisipasi dalam 5 *art market* bersama dengan Veru, salah satunya adalah Chibicon. Jenis *merchandise* yang dibuat mencakup dari *keychain*, *acrylic standee*, *sticker*, dan *photocard*. Mirip dengan Veru, Leia telah membuat sekitar 30 desain untuk *merchandise* dan sempat menjual 150-200 produk dalam sekali *event art market*.

Leia membutuhkan *mock-up* setiap ada *event art market* dengan tujuan untuk pembuatan katalognya. Leia seringkali menggunakan Procreate dan Photoshop untuk membuat *mock-up* dan pembuatan *cut line*. Beliau menyatakan pembuatan *mock-up* masih dilakukan satu per satu sehingga merasa malas untuk dilakukan dan menghabiskan waktu. Beliau juga menyatakan belum pernah mengalami masalah dengan vendor. Beliau menginginkan produk yang dapat membuat *cut line* dengan sekali tekan.

*Mock-up* dinyatakan penting secara umum, dapat dipergunakan sebagai *showcase* produk hasil akhir dan bagaimana *merchandise* akan terlihat. Keduanya sering membuat *mock-up*, bahkan setiap sebelum *event art market* yang mereka ikuti. Keduanya membuat *mock-up* dengan tujuan pembuatan katalog, dimana setiap kreator yang berpartisipasi dalam *art market* akan memiliki katalog yang berisi produk yang mereka akan jual nantinya agar dapat dilihat untuk melakukan *pre-order* maupun *on-the-spot purchase*. Selain itu, dipergunakan sebagai *sample product* dan untuk dikirim kepada vendor untuk memastikan *cutting line* dari produk.

Keduanya seringkali menggunakan Procreate, Photoshop, dan Figma untuk membuat *cutting line*, memasang *clasp*, dan keseluruhan *mock-up*. Tantangan yang mereka alami dalam pembuatan *mock-up* adalah malas karena menghabiskan banyak waktu dan berpotensi melupakan cara *step by step*-nya, menimbang jarak dari satu *event* ke yang lainnya lumayan jauh. Dalam perihal pencarian *template mock-up*, mereka belum menemukan media yang memungkinkan untuk membuat *mock-up* secara instan. Mereka harus mencarinya dari sumber yang berbeda-beda sehingga sulit dan menimbang harus menggunakan yang gratis dan berkualitas, sedangkan banyak yang harus membayar. Jika ada pembuatan *mock-up merchandise* yang instan, fitur yang pembuatan *cut line* yang cepat, serta serba instan untuk mempermudah proses pembuatan *mock-up* dan menjadi lebih efisien.

Hasil wawancara memvalidasi bahwa kreator *merchandise* mengalami kesulitan dalam perihal *mock-up*, baik dalam segi pencarian maupun pembuatan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa diperlukan sebuah platform yang dapat menyederhanakan proses pembuatan *mock-up merchandise*, menghemat waktu, dan memiliki berbagai *template* yang mudah diakses tanpa biaya tambahan. Dengan itu, Cosmosize dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dialami.

### **3.2.2 Metode Pengumpulan Data Kuantitatif**

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial dengan menggunakan Google Form. Target yang dituju adalah target audiens berumur 18-28 tahun dan memiliki pekerjaan sebagai para kreator *merchandise*, ilustrator, dan yang pernah membuat *merchandise*. Kuesioner disebar pada tanggal 11 Februari hingga 5 Maret 2025, mendapatkan sebanyak 84 responden yang berpartisipasi.

Tabel 3.2 Tabel Kuesioner - Usia Responden

Usia Responden		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
<17 tahun	1,2%	1
18-20 tahun	26,2%	22
21-24 tahun	45,2%	38
25-28 tahun	22,6%	19
>28 tahun	4,8%	4

Dari data yang didapatkan mengenai usia responden, ditunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 21-24 tahun dengan 38 responden terdata. Selain itu, kedua terbesar setelahnya berada dalam rentang usia 18-20 tahun dengan 22 responden dan 25-28 tahun dengan 19 responden. Dengan data yang didapatkan, hasil responden sesuai dengan target pasar yang telah ditetapkan oleh Cosmosize yaitu ditujukan untuk target pasar dengan rentang usia 18-28 tahun.

Tabel 3.3 Tabel Kuesioner – Platform Penjualan

Platform Penjualan		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
<i>Art market</i>	91,7%	77
Media Sosial	63,1%	53
E-commerce	48,8%	41
Acara kampus	1,2%	1
Platform Ko-fi	1,2%	1
Belum pernah berjualan	1,2%	1
<i>(Jawaban tidak valid)</i>	1,2%	1

Kemudian, data mengenai platform penjualan dibuktikan dengan mayoritas responden menjual produk *merchandise* di *art market* dengan 77 responden yang memilih. Selain itu, berjualan pada media sosial seperti Instagram, X (Twitter), Tiktok, dan sebagainya, menjadi posisi kedua dengan

53 responden yang memilih. Data yang didapatkan memvalidasi bahwa banyak dari target pasar mengikuti *art market* dan sering berjualan baik secara *offline* maupun *online* melalui media sosial dan e-commerce.

Tabel 3.4 Tabel Kuesioner – Hobi Responden

<b>Hobi (Fandom)</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
<i>Japanese Fandom</i>	91,7%	77
<i>Gacha / Otome game</i>	61,9%	52
<i>Originals (IP)</i>	32,1%	27
<i>Korean Fandom</i>	17,9%	15
<i>Western Fandom</i>	16,7%	14
<i>Chinese Fandom</i>	3,6%	3

Dari data survey mengenai hobi responden, dinyatakan banyak yang mengikuti *fandom*. Mayoritas responden berada dalam *fandom* Jepang yang dapat mencakup anime, J-POP, manga, dan sebagainya; ditunjukkan dengan sebesar 77 responden yang memilih. Selain itu, pengikut *gacha* atau *otome game* menjadi pendorong kedua dalam membuat *merchandise* dengan 52 responden yang memilih. Dengan itu, data yang didapatkan memvalidasi bahwa rata-rata dari target pasar membuat *merchandise* untuk hobi dan kesukaannya masing-masing.

Tabel 3.5 Tabel Kuesioner – Jenis *Merchandise*

<b>Jenis <i>Merchandise</i> yang Sering Diproduksi</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
<i>Keychain</i>	86,9%	73
Pin	58,3%	49
<i>Standee</i>	44%	37
<i>Sticker</i>	26,2%	22
<i>Prints</i>	15,48%	13
<i>Totebag</i>	8,33%	7

<i>Photocard</i>	7,14%	6
Lanyard	3,57%	3
Baju	2,38%	2
Aksesoris	2,38%	2
Botol / <i>Mug</i>	2,38%	2

Selanjutnya, terdapat jenis *merchandise* yang sering diproduksi oleh para responden. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa mayoritas responden memproduksi *keychain*, pin, dan *standee* sebagai pilihan *merchandise* teratas. Pilihan *keychain* mendapatkan 73 responden yang memilih, sedangkan pin mendapatkan 49 responden dan *standee* mendapatkan 37 responden. Data jenis *merchandise* yang sering diproduksi dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan *template mock-up* yang disediakan oleh Cosmosize.

Tabel 3.6 Tabel Kuesioner – Platform Digital

<b>Platform Digital yang Sering Digunakan untuk Membuat <i>Mock-up</i></b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Adobe Photoshop/Illustrator	48.81%	41
Canva	33.3%	28
Clip Studio Paint	33.3%	28
Procreate	15,5%	13
Figma	14,3%	12
Aplikasi lainnya	23,81%	20
Wooacry	1,2%	1
Foto produk langsung	1,2%	1

Kemudian, terdapat data mengenai platform digital yang sering digunakan dalam membuat *mock-up*. Mayoritas responden menggunakan Adobe Photoshop atau Illustrator untuk membuat *mock-up* dengan 41 responden yang memilih. Canva dan Clip Studio Paint menjadi posisi kedua dengan sama-sama memiliki 28 responden yang memilih. Terdapat 1 responden

yang mengetahui Wooacry dan menggunakan fitur *mock-up* yang dimiliki walaupun hasil *mock-up* tidak dapat diunduh. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa belum ada platform yang menyediakan fitur pengeditan *mock-up* yang pasti dan banyak responden masih mengedit di tempat yang berbeda-beda.

Tabel 3.7 Tabel Kuesioner – Kebutuhan *Mock-up*

<b>Kebutuhan <i>Mock-up</i> untuk Produk <i>Merchandise</i></b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Sering	23,8%	20
Sering	29,8%	25
Terkadang	34,5%	29
Jarang	6%	5
Jarang Sekali	6%	5

Selanjutnya terdapat data mengenai kebutuhan *mock-up* dalam membuat *merchandise*, ditunjukkan dengan mayoritas responden terkadang membutuhkannya dengan 29 responden yang memilih. Data didukung dengan responden yang sering membutuhkan *mock-up*, ditunjukkan dengan 45 responden, mencapai 53,6% yang membutuhkan. Data tersebut memvalidasi bahwa benar-benar ada target pasar yang membutuhkan *mock-up* untuk *merchandise*.

Tabel 3.8 Tabel Kuesioner – Tantangan Dalam Membuat *Mock-up*

<b>Tantangan Dalam Pembuatan <i>Mock-up</i></b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sulit menemukan <i>template mock-up</i>	66,7%	56
Hasil <i>mock-up</i> tidak realistis	41,7%	35
Terlalu lama (menghabiskan waktu)	38,1%	32
Harga <i>tools mock-up</i> mahal	22,6%	19
Tidak ada hambatan	9,5%	8

Selain itu, terdapat data mengenai tantangan yang dimiliki dalam proses pembuatan *mock-up*. Mayoritas responden merasa kesulitan dalam menemukan *template mock-up* dengan 56 responden yang memilih. Tantangan lainnya yang dihadapi merupakan hasil *mock-up* tidak realistis dengan 35 responden yang memilih dan pembuatan *mock-up* terasa terlalu lama dengan 32 responden. Dengan itu, data memvalidasi bahwa memang ada tantangan dalam pembuatan *mock-up*.

Tabel 3.9 Tabel Kuesioner – Ketertarikan Platform Pembuatan *Mock-up*

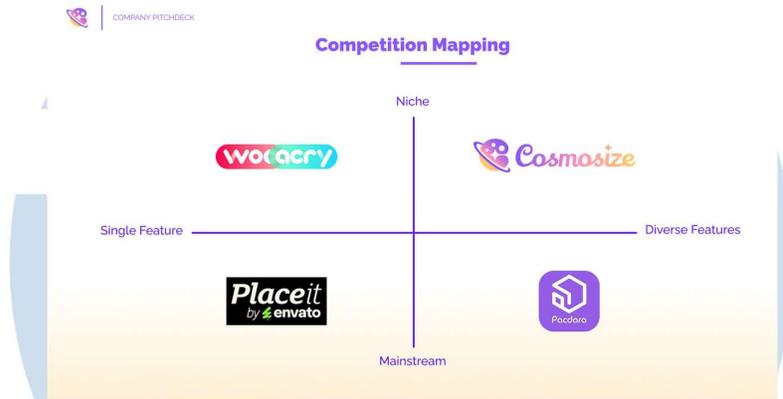
<b>Ketertarikan Terhadap Platform Pembuatan <i>Mock-up</i></b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Tertarik	34,5%	29
Tergantung fitur dan harga	64,3%	54
Tidak tertarik	1,2%	1

Kemudian, terdapat data mengenai ketertarikan terhadap platform pembuatan *mock-up* dimana mayoritas dapat tertarik tergantung dari fitur dan harga yang akan ditetapkan dengan 54 responden yang memilih. Ketertarikan tersebut menandakan adanya kebutuhan akan platform pembuatan *mock-up* yang instan. Dengan itu, Cosmosize memiliki peluang untuk dibutuhkan jika berhasil menyediakan fitur yang relevan dan model harga yang sesuai. Selain itu, terdapat sebanyak 34 responden (40,5%) yang memiliki preferensi untuk menggunakan *website*, sedangkan 40 responden (47,6%) tidak masalah dengan bentuk platform yang akan disediakan. Data tersebut sesuai dengan jalan perancangan Cosmosize, dimana *website* akan menjadi platform pembuatan *mock-up*.

### 3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Analisa produk merek dan kompetitor dilakukan dengan membandingkan ide bisnis dengan para kompetitor dimana dapat menggunakan *brand positioning map*. *Brand positioning map* membantu untuk menonjolkan merek usaha di pasar yang mempengaruhi persepsi pelanggan, dibantu dengan upaya pemasaran perusahaan untuk memperkuat proposisi nilai unik merek (Wardhana, 2024:221).

Cosmosize menentukan beberapa kompetitor yang memiliki kemiripan konsep bisnis yaitu Wooacry, Placeit, dan Pacdora. Berikut merupakan *brand positioning map* Cosmosize dengan kompetitor yang dihadapi:



Gambar 3.4 Competition Mapping Cosmosize

Cosmosize dapat ditempatkan di posisi tersebut dengan mempertimbangkan jangkauan harga yang dimiliki dan spesifik produk yang ditawarkan. Cosmosize dapat dikategorikan sebagai *niche* dengan menyediakan *mock-up* khusus untuk *merchandise*. Kemudian dapat dikategorikan dengan *diverse features* menimbang bahwa Cosmosize memiliki 3 fitur dengan pengeditan *template mock-up*, *PhotoStudio*, dan *Creative Community*.

Tabel 3.10 Tabel Perbandingan Kompetitor

Variabel Pemanding	Wooacry	Placeit	Pacdora
Profil	Wooacry bukan <i>website mock-up generator</i> , namun vendor percetakan dan memiliki <i>mock-up generator</i> untuk kebutuhan percetakan	Placeit merupakan <i>website mock-up generator</i> yang memiliki <i>template mock-up</i> yang beragam, terdiri dari <i>apparel</i> hingga aset grafis lainnya.	Pacdora merupakan <i>website mock-up generator</i> yang memiliki fitur 3D <i>preview</i> dan <i>template</i> yang dimiliki

	<i>merchandise</i> secara langsung.		kebanyakan untuk <i>packaging</i> .
Layanan (Fitur)	Wooacry memiliki fitur pembuatan <i>mock-up</i> untuk kebutuhan merealisasikan hasil cetak yang akan diproduksi oleh vendor Wooacry. Fitur <i>mock-up</i> dari Wooacry dapat mengedit <i>mock-up</i> dengan mudah dan disediakan berbagai warna latar, namun tidak dapat diunduh, melainkan untuk dikirim ke vendor Wooacry.	Placeit memiliki fitur <i>mock-up editor built-in</i> yang dapat digunakan dengan hanya klik saja untuk merubah warna maupun komponen. Placeit memiliki <i>template mock-up</i> yang beragam sehingga pencarian <i>mock-up</i> cukup luas.	Fitur utama dari Pacdora adalah <i>preview</i> 3D yang dimiliki untuk dapat melihat dari segala sisi <i>mock-up packaging</i> yang sedang diedit. <i>Preview</i> 3D termasuk <i>advanced</i> dengan dapat mengedit <i>lighting</i> , material, hingga warna latar.
Harga	Wooacry memiliki harga berbasis percetakan <i>merchandise</i> sehingga tidak dapat dikategorikan, namun harga untuk cetak untuk satuan dengan <i>shipping</i> -nya cukup mahal jika	Placeit memiliki harga <i>subscription</i> dan harga per unduh. Harga <i>subscription</i> berkisar \$7.5 (Rp124.000,00) untuk per bulan, sedangkan untuk harga per unduh	Pacdora merupakan <i>freemium</i> yang memiliki <i>free plan</i> dan memiliki harga <i>subscription</i> yang berkisar \$9 (Rp148.600,00) untuk per bulan

	dikonversikan ke dalam IDR.	berkisar \$8 (Rp132.000,00).	dan \$60 (Rp990.672,00) untuk per tahun.
<i>Channels</i>	Wooacry dapat digunakan layanannya dengan memesan dan mengedit <i>mock-up</i> melalui <i>website</i> Wooacry. Selain itu, terdapat media sosial akun resmi Wooacry seperti pada Instagram, Discord, TikTok, X (Twitter), YouTube, LINE, serta email.	Placeit dapat digunakan melalui <i>website</i> Placeit. Selain itu, terdapat media sosial seperti Facebook, X (Twitter), Instagram, TikTok, YouTube, dan Pinterest.	Pacdora dapat digunakan melalui <i>website</i> -nya. Pacdora juga memiliki media sosial yang terdiri dari Instagram, Pinterest, LinkedIn, TikTok, dan YouTube.
Kelebihan	Kelebihan dari vendor percetakan Wooacry adalah dapat mencetak satuan, memiliki produk beragam yang dapat di- <i>custom</i> , mendapatkan <i>mock-up</i> yang menggambarkan produk asli hingga adanya ukuran nyata	Kelebihan dari Placeit adalah banyaknya <i>template</i> yang beragam dan mudah untuk mengedit <i>mock-up</i> .	Kelebihan dari Pacdora adalah banyak variasi <i>template mock-up</i> dan setiap <i>template</i> memiliki <i>preview</i> 3D. Selain itu, fitur mengedit <i>mock-up</i> Pacdora cukup mudah digunakan.

	dalam “cm”, serta adanya <i>cloud saving</i> untuk dapat kembali mengedit produk.		
Kelemahan	Kelemahan Wooacry adalah tidak memperbolehkan untuk mengunduh hasil <i>mock-up</i> .	Kelemahan dari Placeit adalah <i>mock-up</i> yang gratis dalam <i>free plan</i> dan dengan fitur edit <i>mock-up</i> yang mudah, membatasi kreativitas dalam membuat <i>mock-up</i> .	Kelemahan dari Pacdora adalah kurangnya optimisasi pada fitur edit <i>mock-up</i> , serta untuk export 3D <i>limited</i> .

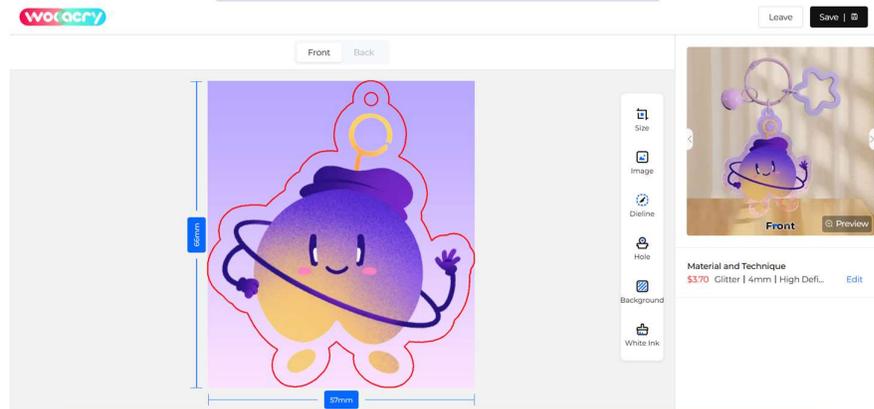
### 3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

#### 3.4.1 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan dengan tujuan untuk melihat model bisnis dari salah satu kompetitor untuk menentukan model bisnis, fitur, dan *revenue model* yang dimiliki Cosmosize. Studi eksisting dilakukan pada Wooacry yang merupakan vendor percetakan berbasis di China. Platform yang dimiliki bertujuan untuk melakukan pemesanan dengan metode *custome-on-demand* yang berfokus pada pemesanan 1 buah produk, menimbang banyak percetakan mensyaratkan ada jumlah minimal untuk dapat mencetak. Wooacry menyediakan tempat pengeditan *mock-up*, dimana *mock-up* tersebut kemudian akan dikirim ke pusat Wooacry untuk melakukan percetakan. Namun, *mock-up* tidak dapat diunduh dan hanya sebagai fitur tambahan dari Wooacry.

Fitur pengeditan *mock-up* dari Wooacry yang menjadi sorotan utama dan menjadi inspirasi untuk Cosmosize. Perkiraan ukuran dan bebas mengedit dari penempatan *keyhole*, ketebalan *dieline*, pemberian warna gradien, dan sebagainya menjadi hal yang perlu dimasukkan dalam rincian cetak untuk

vendor. Kemudahan dalam mengedit dan langsung mendapatkan hasil *mock-up* menjadi fitur yang ingin diimplementasikan dalam Cosmosize.



Gambar 3.5 Area Pengeditan *Mock-up* Wooacry

Kelebihan dari Wooacry adalah fitur *mock-up* tersebut dan dalam perihal percetakan, diperbolehkan untuk mencetak satuan. Kemudian, dalam mengedit *mock-up* tersebut termasuk mudah dengan hanya memilih opsi untuk mengubah *mock-up*. Juga *mock-up* tidak hanya disediakan untuk *keychain* seperti pada contoh, namun untuk seluruh produk yang tersedia pada Wooacry memiliki fitur *mock-up*. Namun, kekurangan Wooacry, *mock-up* tersebut tidak dapat diunduh sehingga hanya menampilkan bentukan produk saja. Selain itu, dalam perihal percetakannya, *cost* yang dikeluarkan untuk mencetak cukup mahal ketika harga dikonversikan ke dalam IDR. Berikut merupakan table analisa SWOT terhadap Wooacry yang menunjukkan *opportunity* dan *threats* yang dimiliki Cosmosize:

Tabel 3.11 Tabel Analisa SWOT Wooacry

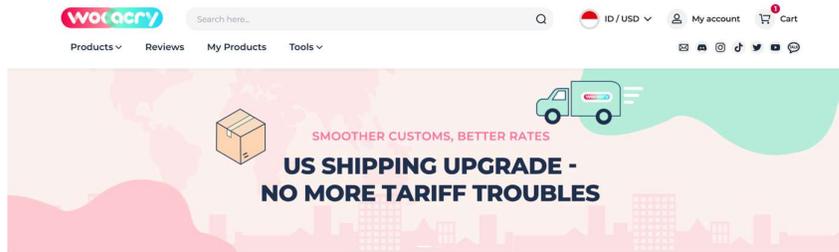
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disediakan pengeditan <i>mock-up</i> agar percetakan akurat sesuai <i>mock-up</i>.</li> <li>▪ Dapat mencetak jumlah satuan.</li> <li>▪ Kualitas cetak memiliki <i>review</i> yang positif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Cost</i> yang dikeluarkan cukup mahal untuk mencetak, mencakup: biaya produksi, aksesoris, dan pengiriman.</li> <li>▪ Hasil <i>mock-up</i> tidak dapat diunduh.</li> </ul>

<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wooacry berbasis di China, sedangkan untuk vendor percetakan di Indonesia belum memiliki fitur pembuatan <i>mock-up merchandise</i>.</li> <li>▪ Dapat berkolaborasi dengan vendor percetakan dan menyesuaikan harga menjadi <i>budget friendly</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terdapat kompetisi dengan <i>design tools</i> yang gratis seperti Canva.</li> <li>▪ Sudah banyak layanan percetakan di Indonesia.</li> </ul>

*Opportunity* yang dimiliki Cosmosize adalah menghadirkan fitur pengeditan *mock-up merchandise* tersebut untuk dapat dipergunakan dan diunduh hasilnya. Selain itu, dapat dijadikan pertimbangan untuk melakukan kolaborasi dengan vendor percetakan di Indonesia, menimbang Cosmosize hanya menyediakan layanan pembuatan *mock-up*. Namun, *threat* yang merupakan adanya kompetitor seperti Canva yang menyediakan *design tools* yang gratis. Jika Cosmosize menyediakan jasa percetakan, maka saingan dari Cosmosize akan meluas dan membelok dari tujuan awal yang dimiliki.

Wooacry memiliki referensi layar edit yang diperlukan Cosmosize seperti yang sudah dibahas pada studi eksisting, dan menjadi referensi dari pengeditan *mock-up* dalam *website* Cosmosize. Maka, pada studi referensi Wooacry, akan menjelaskan lebih dari antarmuka *layouting website*. Wooacry dapat dinilai memiliki banyak *interface* yang mirip dengan Magihae karena sama-sama merupakan *website* yang memiliki tujuan untuk melakukan pemesanan cetak.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



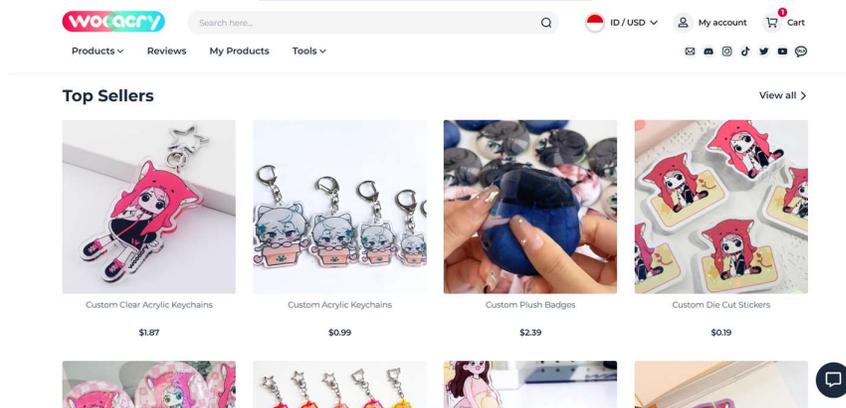
## CUSTOM ON DEMAND FROM 1 PIECE

✓ RGB Files Print   ✓ 100% Free Mockups   ✓ DIY Design Online   ✓ Best Deal for Bulk Orders

Start with our best sellers

Gambar 3.6 Laman Produk Wooacry

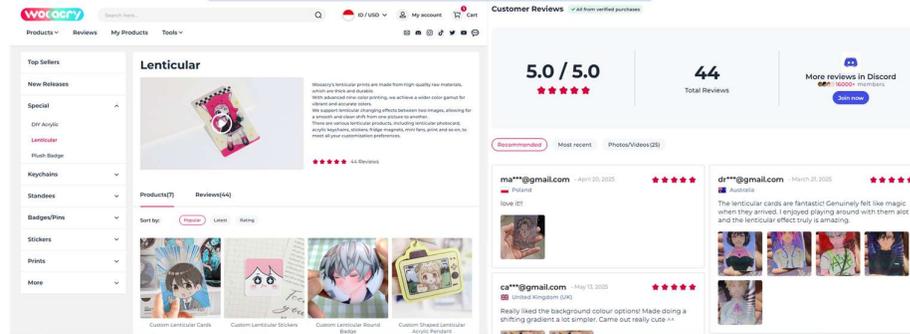
*Banner* yang ditunjukkan di awal masuk Wooacry dapat menjadi referensi untuk menarik perhatian pengguna. Selain itu, terlihat bahwa *navigation bar* Wooacry memiliki sisipan *search bar*, *dropdown*, dan media sosial yang dimiliki. Namun, ketika melakukan *scrolling*, terlihat bahwa elemen komponen yang dimiliki Wooacry berukuran cukup besar dan memiliki penamaan yang jelas pada masing-masing *item*.



Gambar 3.7 *Display* Produk Wooacry

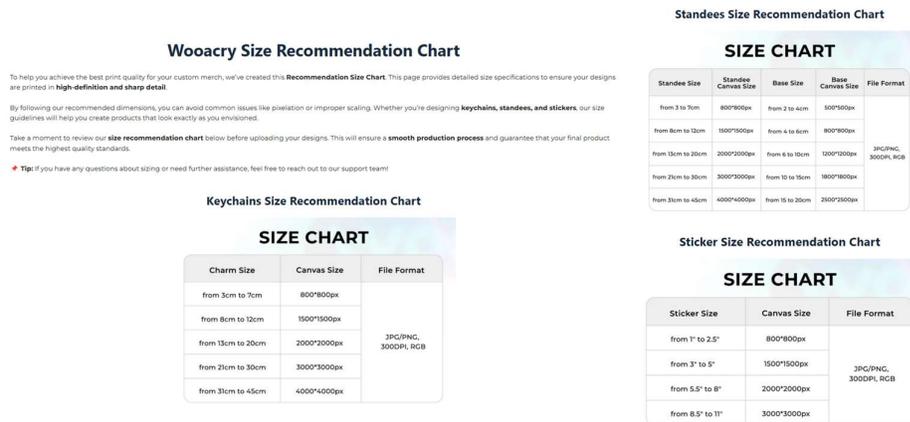
Kemudian, dalam pencarian produk dari Wooacry, uniknya menampilkan *review* terlebih dahulu yang dapat meyakinkan pengguna bahwa jasa yang disediakan terjamin kualitasnya. Dengan Wooacry sebagai jasa cetak *merchandise*, mereka mementingkan *review* dan memiliki *display* penuh dengan *review* orang-orang yang sudah menggunakan jasanya sebelumnya.

Dari segi *layout*, Wooacry terlihat menggunakan latar *shape* ketimbang langsung pada *background* langsung seperti pada *homepage*-nya.



Gambar 3.8 *Browsing Mode Wooacry*

Wooacry memiliki tampilan yang menunjukkan *size guide* untuk beberapa *merchandise*-nya yang dapat diimplementasikan pada Cosmosize. *Size guide* dapat berfungsi sebagai gambaran ukuran cetak untuk yang baru berpengalaman dalam mencetak *merchandise*. Tampilan yang dimiliki termasuk sebagai tampilan yang *simple*, namun dapat ditingkatkan untuk diletakkan menyamping agar tidak *scrolling* terlalu banyak.



Gambar 3.9 *Size Guide Wooacry*

Dengan itu, terdapat berbagai elemen yang dapat diimplementasikan pada *website* Cosmosize, terutama pada layar editnya. *Size guide* baik untuk ditambahkan agar memberi informasi tambahan untuk menyiapkan *file design* seperti apa. Selain itu, *banner* akan diimplementasikan untuk menarik perhatian pengguna dengan menggunakan ilustrasi bergaya Cosmosize.

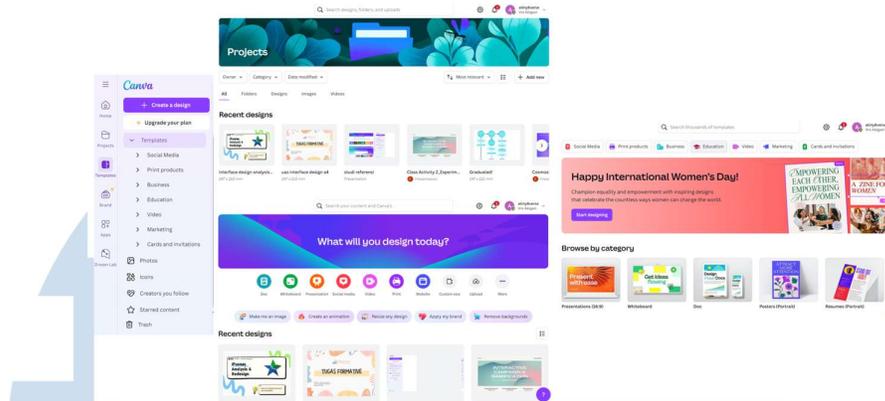
### 3.4.2 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan dengan tujuan untuk melihat tampilan UI dari platform-platform yang ada dan sudah digunakan oleh banyak pengguna sebelumnya. Dengan melakukan studi referensi, dapat memberikan gambaran bagaimana *web-app* Cosmosize akan dirancang. Studi referensi dilakukan pada beberapa perusahaan seperti Canva, Envato, dan Magihae.

#### A. Canva

Canva merupakan platform untuk mendesain grafis seperti poster, kartu nama, *powerpoint*, *post social media*, dan sebagainya yang ditemukan oleh Canva Inc. di Australia pada tahun 2012. Canva hadir untuk membantu mereka yang kurang dapat mendesain menggunakan produk Adobe dan menyediakan platform *drag-and-drop* yang mudah untuk digunakan. Platform mendesain tersebut telah berkembang dengan pesat dari tahun 2012, terdapat banyaknya fitur baru hingga telah bekerjasama dengan AI mengikuti perkembangan teknologi. Canva tersedia untuk digunakan secara gratis dan pilihan *upgrade Pro* yang berbayar.

Pada *layout* yang dimiliki Canva, terlihat konsisten dengan penggunaan *header* di bawah *navigation bar*, diikuti dengan konten utama yang ditunjukkan dengan *card-style* atau *carousel*. Selain itu, Canva juga memiliki *sidebar* yang memudahkan untuk navigasi, serta pemilihan *template*. Canva dinilai memiliki alur navigasi yang mudah dengan adanya *navigation tabs* di setiap kategori dan pengguna dapat memilih *template* yang diinginkan secara langsung dengan *scrolling*. Gaya *layout* tersebut dapat diimplementasikan dalam *web-app* Cosmosize, menimbang akan memiliki sejumlah *template* untuk digunakan.

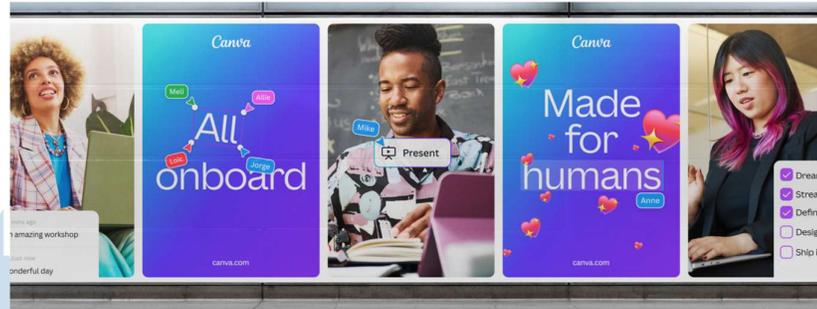


Gambar 3.10 Analisa *Layout* pada Canva

Dalam hal *typeface*, Canva menggunakan *sans serif* yang sesuai dengan *casual* dan *cheerful vibes* yang diberikan. Mereka memiliki *font* tersendiri yaitu Canva Sans yang dapat digunakan oleh pengguna dalam mengedit. Umumnya, warna teks akan berwarna putih atau hitam, sesuai dengan keperluan media yang dibutuhkan.

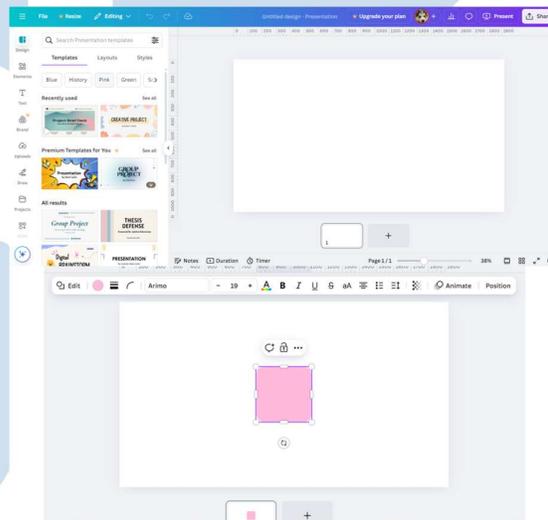
Canva memiliki UI yang unik dimana mereka memiliki *personalized cursor*. *Cursor* dapat terlihat di saat pengguna sedang mengedit dengan sebuah tim sehingga dapat dengan mudah melihat siapa yang sedang merubah atau bekerja. Selain itu, mereka memiliki fitur komen dan emoji tersendiri yang meningkatkan pengalaman dalam menggunakan Canva bersama tim. Canva juga memiliki sistem animasi yang dinamis sehingga tidak merasa monoton dalam menggunakan Canva. Perihal gaya *icons*, Canva banyak menggunakan *icon* dengan *rounded corners*. Canva banyak menggunakan *icons* ketimbang hanya menggunakan tulisan dalam mengarahkan pada sebuah laman. Hal tersebut yang mempermudah navigasi dalam penggunaan Canva.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.11 UI Canva  
Sumber: Canva (2024)

Selanjutnya adalah halaman untuk mengedit yang dapat diimplementasikan pada *web-app* Cosmosize. Canva memiliki sistem mengedit yang mudah digunakan dengan akses *template* yang ditunjukkan dari *sidebar* dan berbagai pilihan diakses dari samping. Ketika sebuah elemen masuk atau gambar, akan muncul *menu bar* yang memiliki pilihan edit lebih lengkap.



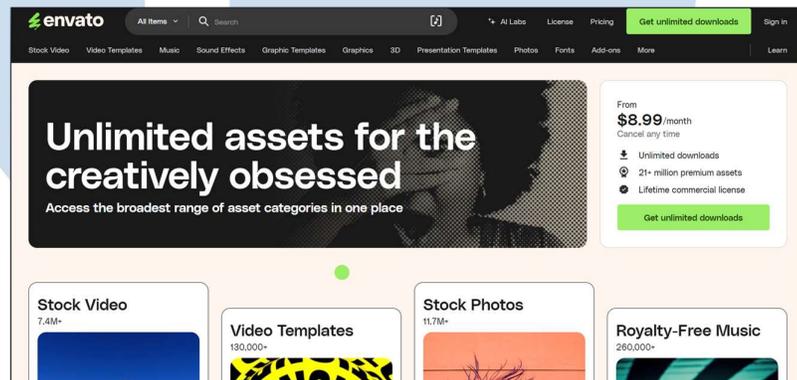
Gambar 3.12 Layar Edit Canva

Canva memiliki alat sepenuhnya untuk mengedit grafis, maka Cosmosize akan memfokuskan alat-alat tersebut untuk mengedit *bleed*, *cutline*, *chain hole*, dan sebagainya. Terdapat banyak hal dari Canva yang dapat diimplementasikan dalam Cosmosize, menimbang akan sama-sama memiliki fitur edit. Dengan itu, dalam membangun Cosmosize

dapat kembali melihat Canva sebagai bentuk referensi dalam perihal UI karena memiliki sistem yang dinamis, namun mudah digunakan.

## B. Envato

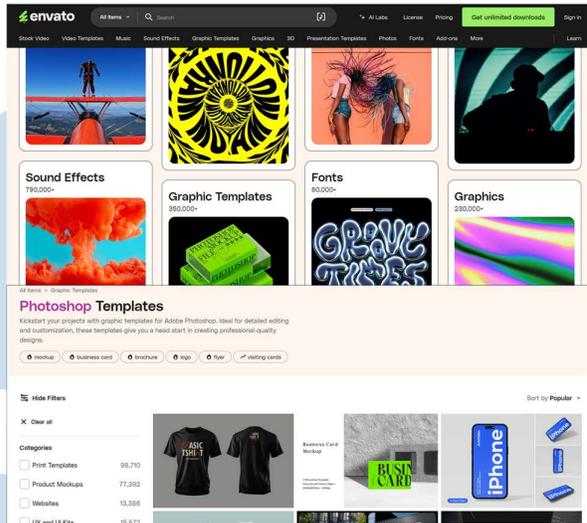
Envato merupakan sebuah perusahaan penyedia *template* baik dari *font*, *mock-up*, musik, dan lainnya. Ditemukan pada tahun 2006, mereka juga memiliki Placeit yang merupakan *website* dikhususkan untuk membuat *mock-up*. Envato memiliki gaya yang *simple* terlihat dari *flat design* yang digunakan, namun memancarkan aura *street vibes* dengan gaya gambar dan warna yang digunakan.



Gambar 3.13 Laman Utama Envato

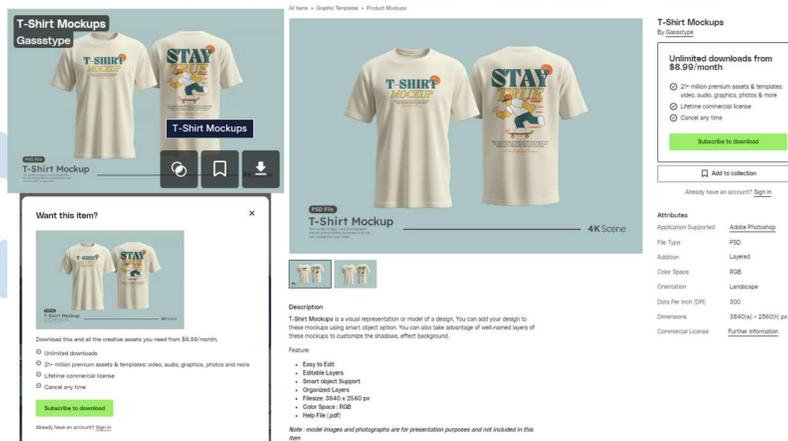
Bentuk *layout* yang dimiliki Envato dapat diimplementasikan pada Cosmosize dengan penggunaan *card-style*. Di awal sebuah pemilihan kategori, mereka menyediakan beberapa pilihan lagi sebagai saran pencarian untuk lebih spesifik. Kemudian, mereka menyediakan *checkbox* di samping kiri yang berfungsi sebagai filter untuk mempermudah pencarian.

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



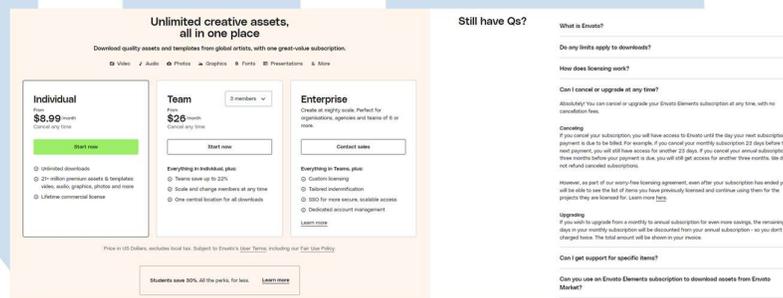
Gambar 3.14 Layout Envato

Berbeda dengan Canva, Envato hanya menyediakan aset dan tidak dapat diedit secara langsung dalam *website*-nya. Ketika melakukan *hover* pada sebuah *template*, akan terdapat nama dari produk, kreator produk, pilihan untuk mencari yang mirip, menyimpan dalam koleksi, dan untuk mengunduh. Ketika memilih pilihan unduh, akan terdapat sebuah *pop-up window* yang menandakan harus melakukan *subscription*. Dalam laman deskripsi produk, Envato menyajikan informasi yang cukup lengkap mencakup deskripsi dan fitur atau atribut yang dimiliki seperti jenis format file, ukuran, DPI, dan lainnya.



Gambar 3.15 Penyajian Produk Envato

Selain itu, pada laman *subscription* Envato, disajikan dalam 3 kotak utama yang menunjukkan terdapat 3 jenis *subscription* yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan. Juga disediakan FAQs yang rinci di bawah halaman tersebut yang menjawab pertanyaan yang kemungkinan dimiliki saat ingin melakukan *subscription*. Penyajian yang minimalis dan *simple* dapat diimplementasikan dalam Cosmosize agar dapat mudah dicerna dan disediakan FAQs untuk mempermudah pengguna dalam menentukan.



Gambar 3.16 Penyajian *Plans* dan FAQs Envato

Envato memiliki gaya desain yang lebih *simple* dibandingkan Canva, juga terlihat dari kurangnya penggunaan *icon* dalam *button*-nya. Bagaimana Envato menyajikan sebuah produk dapat diikuti dalam Cosmosize menimbang akan memberikan *detail* dari *mock-up* yang akan dibuat untuk *merchandise*. *Flat design* yang dimiliki Envato juga dapat dipertimbangkan karena mudah dalam navigasi dan *to the point*.

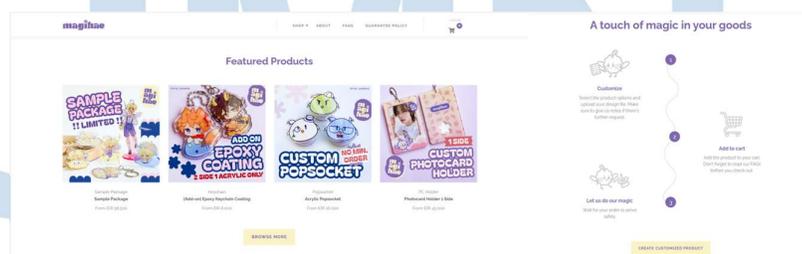
### C. Magihae

Magihae merupakan vendor percetakan yang berbasis di Jakarta, Indonesia. *Website* yang dimiliki Magihae bertujuan untuk melakukan pemesanan untuk mencetak *merchandise* secara langsung tanpa adanya fitur *mock-up*. Dalam hal tampilan, Magihae menggunakan warna putih sebagai warna latar *website* yang perlu dihindari dalam mendesain UI.



Gambar 3.17 Laman Utama Magihae

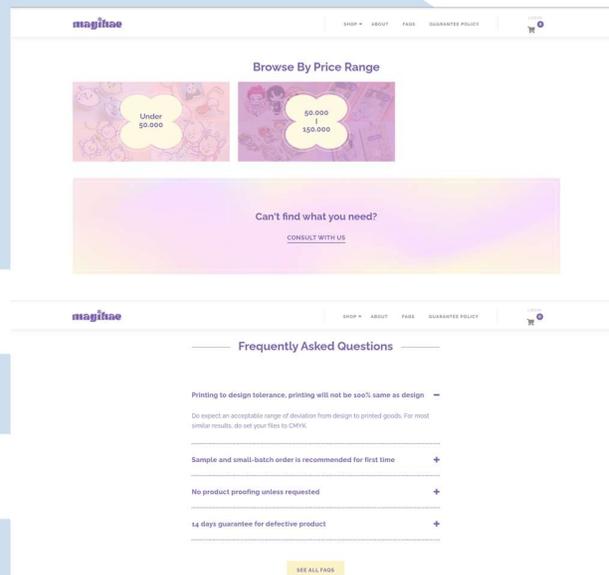
*Layout* yang dimiliki Magihae termasuk *simple* dan mudah untuk dicerna. Ketika berawal masuk ke laman utamanya, akan terlihat *menu bar* dan sebuah *banner* besar yang mempromosikan berbagai produk yang dimiliki. *Navigation bar* dari Magihae ketika di-*scroll* berubah menjadi *bar* yang lebih *compact* sehingga tidak memakan banyak tempat seperti *menu bar* ketika masuk *website* Magihae. Kemudian jika *scroll*, akan ditampilkan produk yang disediakan dalam *card-style*. Bagian yang menarik dari Magihae adalah ditunjukkan *roadmap tutorial* dalam menggunakan *website*, hal tersebut dapat diimplementasikan pada Cosmosize untuk mempermudah *customer journey* pengguna Cosmosize.



Gambar 3.18 Penyajian Produk dan Tutorial Magihae

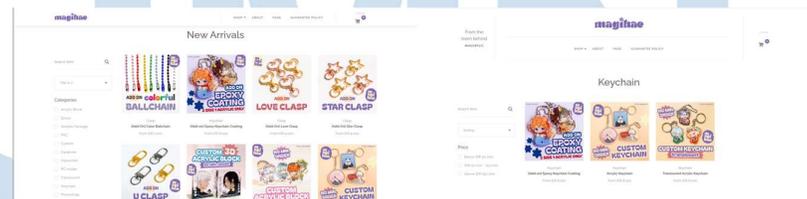
Selain itu, ketika mendekati bawah halaman, Magihae memberikan opsi arahan yang menyesuaikan *budget* pengguna, serta *button* yang mengarahkan untuk menghubungi *customer service* mereka. Hal tersebut dapat mempermudah bagi mereka yang baru dalam dunia

percetakan. Mereka juga menempatkan FAQs rinci yang dapat diakses dengan metode *dropdown*.



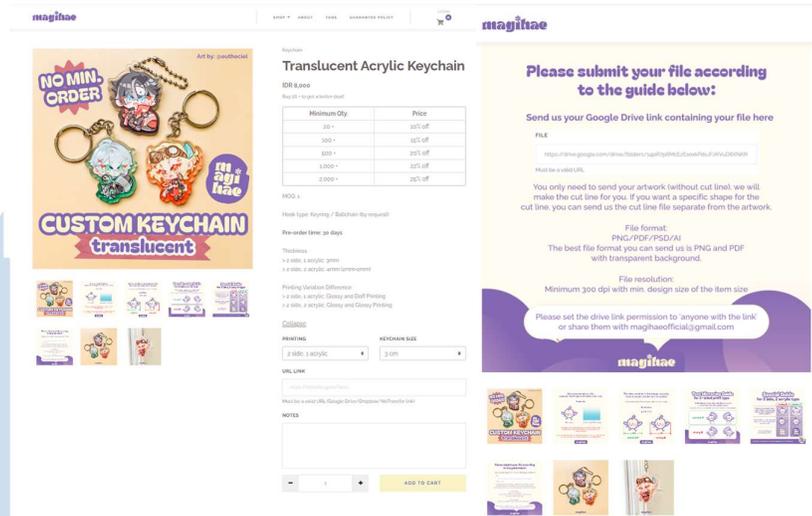
Gambar 3.19 Penyajian FAQs Magihae

Pada laman *browsing* produk Magihae, dapat dilakukan dalam melihat semua produk atau langsung menuju kategori yang diinginkan. Sama seperti Envato, disediakan *checkbox* filter di samping untuk mempermudah pencarian. *Layout* yang digunakan merupakan *catalogue design*.



Gambar 3.20 *Browsing* Produk Magihae

Pada laman produk, Magihae menyajikan foto *sample* produk yang pernah dicetak sebelumnya dan ketentuan dalam mengirimkan file cetak. Selain itu, terdapat deskripsi produk dan tempat untuk melakukan pemesanan. Dibandingkan disajikan sebagai teks, informasi ketentuan pengiriman file dilakukan secara gambar yang menghemat *space* tanpa perlu *scroll* panjang.



Gambar 3.21 Laman Produk Magihae

Magihae memiliki *website* yang sesuai dengan keperluannya dan mudah untuk digunakan. Tidak banyak fitur dalam *website* Magihae, namun penyajian produk seperti katalog dan mirip dengan Envato tetap dapat diimplementasikan dalam menunjukkan *template merchandise* pada Cosmosize. Namun, sama seperti Envato, tidak ada laman editing karena tidak sesuai dengan keperluan Magihae sehingga laman editing Cosmosize perlu didasarkan pada Canva atau Wooacry.

### 3.5 Penetapan Harga Produk

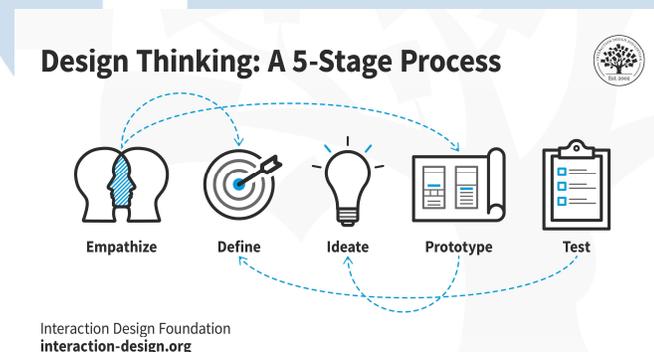
Penetapan harga produk untuk Cosmosize berlaku pada harga yang akan ditetapkan pada *subscription-based plan*. Berdasarkan perhitungan HPP dan harga jual, Cosmosize perlu menetapkan minimal Rp116.407 jika target per tahun ditetapkan sebesar 850 pengguna yang melakukan transaksi dalam setahun. Maka, Cosmosize menetapkan harga Rp175.000 sebagai *subscription-based plan* selama 30 hari dimana pengguna akan mendapatkan akses penuh untuk menggunakan Cosmosize. Selain itu, Cosmosize juga akan mengadakan diskon sebesar 25% bagi pengguna baru untuk menarik pelanggan.

Cosmosize juga menyediakan *one-time purchase* untuk mendapatkan akses penuh pengeditan dalam Mock-Up Space sekali dengan harga sebesar Rp25.000. Kemudian, Cosmosize menyediakan jasa sebagai perantara untuk

membantu para kreator memproduksi *merchandise*-nya. Harga dimulai dari Rp15.000 dengan menyesuaikan vendor yang diperlukan oleh kreator. Jasa akan dikenakan biaya admin sebesar Rp2.000 sebagai biaya penanganan.

### 3.6 Metode Perancangan Produk

Metode perancangan yang akan digunakan dalam membuat perancangan UI/UX pada *website* Cosmosize adalah *Design Thinking* oleh *The Interaction Design Foundation*. *Design Thinking* merupakan proses non-linear yang berulang dimana digunakan untuk memahami pengguna, mendefinisikan masalah, dan menciptakan solusi inovatif yang kemudian dijadikan *prototype* dan diuji secara nyata di lapangan (Interaction Design Foundation – IxDF, 2016). Tahap-tahap dari *Design Thinking* mencakup dari tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.



Gambar 3.22 Metode Perancangan *Design Thinking*  
Sumber: *Interaction Design Foundation – IxDF (2016)*

*Design Thinking* merupakan metode yang lengkap dari adanya tahap dimana digunakan untuk memahami pengguna hingga merangkai prototipe untuk diuji setelah itu. Metode *Design Thinking* bermanfaat untuk menyelesaikan masalah yang rumit dan digunakan untuk memahami kebutuhan manusia, memancing ide dari sesi *brainstorming*, serta melakukan pendekatan secara langsung pada *prototyping* dan *testing* (Dam, 2025). Berikut merupakan penjabaran dari kelima tahap *Design Thinking*:

#### A. *Empathize*

Tahap pertama merupakan *empathize* dimana penulis dan tim akan melakukan riset terhadap target pasar. Empati dibutuhkan dalam *design*

*thinking* dimana menyingkirkan asumsi yang dimiliki oleh para desainer dan mendapatkan *insight* mengenai target dan kebutuhan target (Dam, 2025). Di tahap tersebut, penulis dan tim melakukan riset melalui wawancara dan kuesioner untuk mengetahui kebutuhan target pasar dengan lebih dalam.

#### B. *Define*

Tahap *define* merupakan tahap dimana penulis dan tim menganalisa hasil riset yang dilakukan dan menemukan akar permasalahan. Persona dapat dibuat untuk membantu menjaga agar perancangan tetap *human-centered* (Dam, 2025). Melalui tahap *define*, *problem statement* akan ditemukan. Penulis membangun *user experience* pada tahap tersebut dengan pembuatan *customer journey*.

#### C. *Ideate*

Tahap *ideate* merupakan tahap perancangan dimulai, dimana merupakan proses untuk mengembangkan solusi terhadap *problem statement* tersebut. Penulis melanjutkan membangun *user experience* dengan membuat *user flow* untuk memahami langkah-langkah yang dapat diambil oleh target pasar, serta *information architecture* untuk menentukan halaman yang diperlukan.

#### D. *Prototype*

Tahap *prototype* merupakan tahap dimana *user interface* mulai berproses, perancangan *website* diawali pembuatan *wireframe*. Setelah *wireframe*, maka *low fidelity*, aset *icon*, serta *style* dari komponen dalam *website* dapat dibuat. Kemudian, pembuatan *high fidelity* merupakan langkah terakhir dari *prototype*.

#### E. *Test*

Tahap *test* merupakan tahap terakhir, namun perancangan belum selesai. Tahap *test* akan menguji *prototype* yang telah dibuat dan mendapatkan *feedback* melalui *beta testing*. *Feedback* tersebut akan digunakan untuk melakukan iterasi dan memperbaiki kekurangan yang dimiliki *prototype*.

## BAB IV

### PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK

#### 4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan *Prototype* Produk

Sebuah *timeline* dengan tahapan target diperlukan agar perancangan *prototype* produk dapat terwujud. Pada Cosmosize, terdapat banyak kegiatan dari tahap melakukan riset hingga proses perancangan produk sesuai dengan *jobdesk* masing-masing. Dalam pengembangan *website* Cosmosize, dapat dilihat dari *timeline* seperti berikut:

Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi *Prototype Website* Cosmosize

Waktu Kegiatan	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
Identifikasi Masalah																				
Analisis Kompetitor																				
Penentuan Target Audiens																				
Kuesioner																				
Wawancara																				
Analisa Data																				
Studi Referensi & Eksisting																				
Profil Perusahaan & Perancangan BMC																				
Pembuatan <i>Information Architecture</i>																				



			B. Membahas kembali <i>urgency, market size, product, dan business model.</i>
2	1-2 (3-14 Februari 2025)	Pembangunan Ide Bisnis: Analisis Kompetitor	Melakukan analisis terhadap berbagai kompetitor potensial seperti Wooacry, Placeit, Pacdora, dan Printify.
3	2 (10-14 Februari 2025)	Riset Pasar: Penentuan Target Audiens	Membuat target pasar awal dan menyiapkan berbagai pertanyaan untuk melakukan kuesioner dan wawancara.
4	2-4 (10-28 Februari 2025)	Riset Pasar: Kuesioner	Kuesioner disebar dan memerlukan selama 3 minggu untuk mendapatkan hasil data yang jenuh.
5	4 (24-28 Februari 2025)	Riset Pasar: Wawancara	Wawancara dilakukan pada Senin, 24 Februari 2025 dengan Leia dan Veru, dua <i>illustrator freelance</i> yang memiliki pengalaman dalam menjual <i>merchandise</i> dan pembuatan <i>mock-up</i> .
6	4-8 (24 Februari – 28 Maret 2025)	Riset Pasar: Analisa Data	Melakukan analisa data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara untuk memfinalisasi penentuan target audiens dan merumuskan masalah yang tepat.

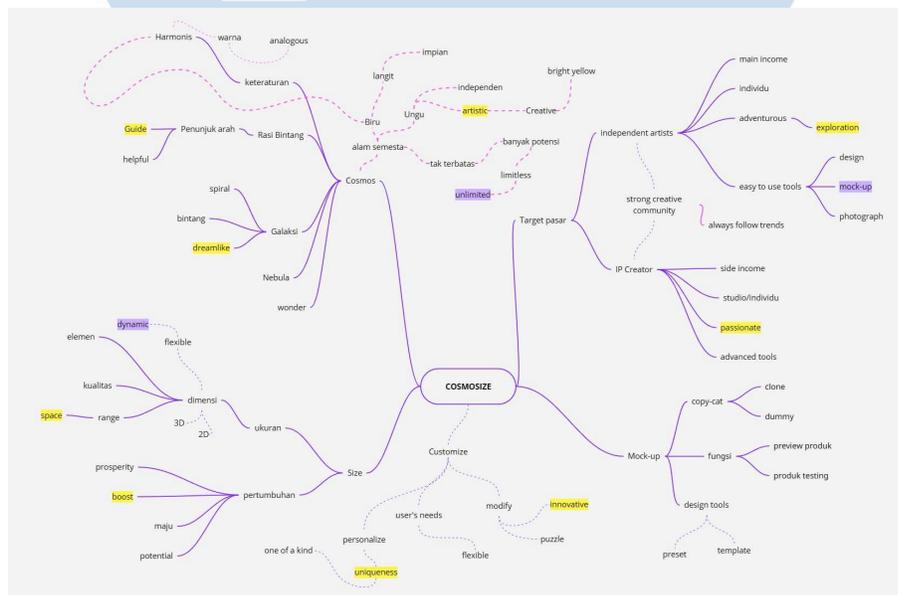
7	5-6 (3-14 Maret 2025)	Pencarian Referensi: Studi Eksisting dan Studi Referensi	Melakukan studi eksisting pada kompetitor yang paling mirip yaitu Wooacry dan melakukan studi referensi terhadap Canva, Envato, Magihae, dan Wooacry.
8	2-8 (10 Februari – 28 Maret 2025)	Pembangunan Profil Perusahaan dan Perancangan BMC	Profil perusahaan dibangun dengan menentukan nama perusahaan (Cosmosize), pembagian <i>jobdesk</i> , pencarian citra perusahaan, pembuatan visi-misi perusahaan, serta perancangan BMC yang dituangkan dalam sebuah <i>pitch deck</i> .
9	3 (17-21 Februari 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>Information Architecture</i>	Pembuatan <i>information architecture</i> bersifat sebagai penanda jumlah banyak halaman yang perlu dibuat dan susunan navigasi dari <i>website</i> , melalui proses asistensi dengan <i>advisor</i> .
10	3-4 (17-28 Februari 2025)	Perancangan UI/UX: Pencarian Referensi UI	Pencarian referensi UI dilakukan pada <i>website</i> yang memiliki fitur layer edit dan memiliki kaitan dengan <i>mock-up</i> maupun <i>merchandise</i> .
11	5 (3-7 Maret 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>User Journey</i>	Pembuatan <i>user journey</i> berfungsi sebagai penggambaran skenario dari pengguna ketika menemukan

			adanya <i>website</i> Cosmosize sebagai solusi dari permasalahannya.
12	5-6 (3-14 Maret 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>User Flow</i>	Pembuatan <i>user flow</i> terdapat 2 alur yang merepresentasikan pengguna yang sudah mengenal pembuatan <i>mock-up</i> dan pengguna baru terhadap <i>mock-up</i> , <i>user flow</i> melalui asistensi <i>advisor</i> .
13	7-8 (17-28 Maret 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan Sketsa <i>Wireframe</i>	Pembuatan sketsa mencakup dari keseluruhan halaman <i>website</i> kecuali “About Us”.
14	8-11 (24 Maret – 18 April 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>Low Fidelity</i>	Pembuatan <i>low fidelity</i> mencakup penentuan <i>grid</i> yang akan digunakan serta melakukan <i>layouting</i> kembali pada Figma.
15	10-14 (7 April – 9 Mei 2025)	Perancangan UI/IX: Pembuatan <i>Icon &amp; Copywriting</i>	Pembuatan aset visual hanya pada <i>icon</i> yang diperlukan dan komponen maupun <i>style</i> objek interaktif dalam <i>website</i> , serta adanya <i>copywriting</i> .
16	10-14 (7 April – 9 Mei 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>High Fidelity</i>	Pembuatan <i>high fidelity</i> mencakup penyusunan komponen <i>website</i> yang dibuat sesuai dengan sketsa.
17	12-16 (21 April – 23 Mei 2025)	Perancangan UI/UX: Pembuatan <i>Prototyping</i>	Pembuatan <i>prototyping</i> memiliki proses yang panjang dengan mengaktifkan segala objek interaktif dan memasang navigasi <i>website</i> .

18	17-18 (26 Mei – 6 Juni 2025)	Ujicoba & Iterasi	Melakukan <i>beta testing</i> dan <i>alpha testing</i> , serta melakukan revisi setelah setiap <i>testing</i> .
----	---------------------------------	-------------------	---

## 4.2 Uraian Perancangan *Prototype Website Cosmosize*

Produk perancangan utama dari Cosmosize merupakan sebuah *website* sehingga *creative brief* yang diterima adalah fokus pada perancangan *website* Cosmosize yang dapat memvisualisasikan desain gambar menjadi *mock-up*. Tahap awal pembangunan Cosmosize adalah pencarian citra diri perusahaan yang melalui proses *brainstorming* untuk mendapatkan *keywords* yang dijadikan sebagai *brand mantra*. Proses *brainstorming* dituangkan ke dalam *mindmap* yang dibuat oleh Angelly, selaku *brand developer* Cosmosize.



Gambar 4.1 *Mindmap Brainstorming*

Dengan mendapatkan *brand mantra* yakni: *unlimited*, *dynamic*, dan *mock-up*, pencarian *look and feel* dari Cosmosize dimulai dengan pembuatan *moodboard*. Berbagai referensi diambil dari Pinterest dan melewati proses pemilihan dengan tim untuk mendapatkan *look and feel* yang tepat, serta ingin digunakan. Sesuai dengan nama Cosmosize, *look and feel* dari Cosmosize serupa dengan galaksi dan dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.2 Moodboard Cosmosize

Setelah memiliki sebuah identitas, maka perancangan *website* dari Cosmosize dapat dimulai. *Website* memiliki tujuan utama yaitu pembuatan *mock-up* sehingga layar edit dari Cosmosize menjadi prioritas untuk dapat digunakan. Selain itu, *website* memiliki tampilan yang sesuai dengan citra Cosmosize yang dilihat dari penggunaan warna dan *copywriting* yang sesuai dengan *tone of voice* Cosmosize.



Gambar 4.3 Layar Edit Cosmosize

Layar edit memiliki fitur perubahan *clasp* dan perubahan bentukan desain akrilik yang dijadikan *mock-up*. Selain itu, terdapat rincian cetak produk yang dapat dikirim pada vendor pada setelah melakukan *export*. Perancangan *website* selanjutnya akan dijabarkan dalam peran penulis sebagai pengembang UI dan UX yang akan membahas proses lebih rinci mengenai tahap yang dilalui.

### 4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan *Website Cosmosize*

Penulis dalam perancangan *website Cosmosize* memiliki peran sebagai pengembang UI dan UX dari *website Cosmosize*, maka proyek akan difokuskan pada berbagai perancangan yang langsung berkaitan dengan *website*. Proyek 1 dimulai dengan pengembangan *user experience* dari *website Cosmosize*, proyek 2 dilanjutkan ke tahap visual yaitu pengembangan *user interface* dari *website Cosmosize*, dan proyek 3 akan membahas proses *prototyping* untuk menjalankan *website Cosmosize*. Proyek-proyek tersebut memiliki tugas-tugas yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan *website Cosmosize*, berikut akan dijabarkan dari proyek-proyek yang dilakukan oleh penulis.

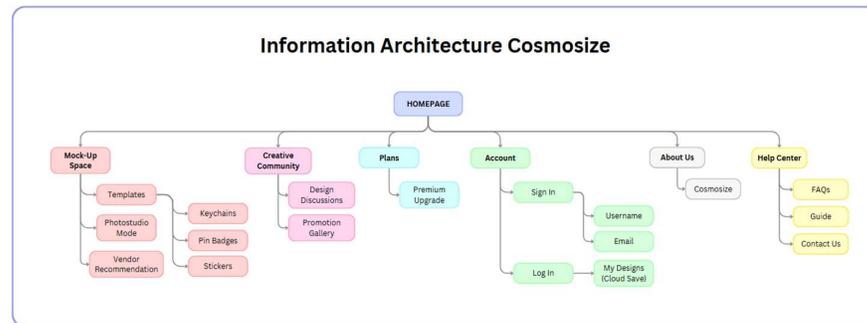
#### 4.3.1 Perancangan *User Experience Website Cosmosize*

Perancangan *user experience* dari *website Cosmosize* mencakup dari membuat *information architecture*, *user flow*, dan *user journey*. Perancangan *user experience* dilakukan di awal untuk membangun fondasi *website*, apakah sesuai dengan tindakan atau skenario yang dibangun menggunakan *persona* dari *Cosmosize*. Berikut adalah penjabaran setiap langkah dalam proyek perancangan *user experience*:

##### A. *Information Architecture*

*Information architecture* berfungsi sebagai data informasi yang akan dimiliki *website Cosmosize* dan memperlihatkan fitur apa saja yang perlu dimiliki, serta jalan navigasi antar halaman. Dengan adanya *information architecture*, pengembangan halaman *website* dapat berjalan sesuai dengan *information architecture* yang telah ditentukan.

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

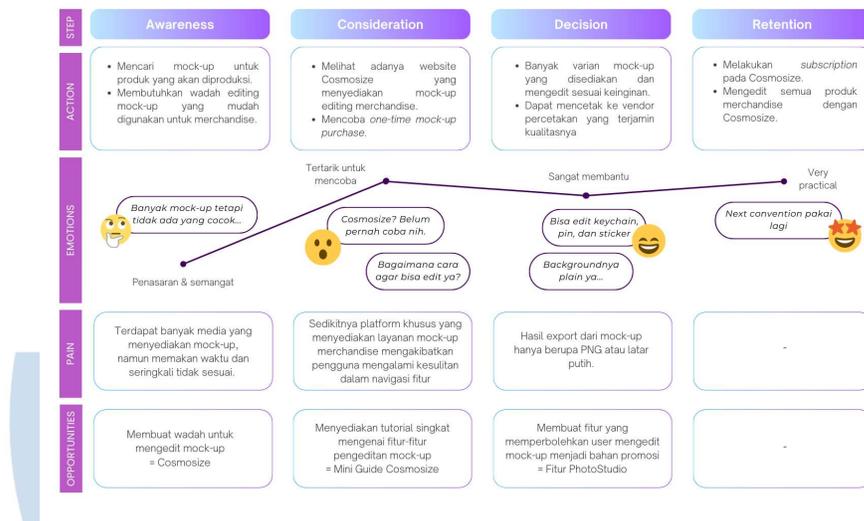


Gambar 4.4 *Information Architecture Cosmosize*

*Information architecture* dirancang dengan pertimbangan skala prioritas dari kiri ke kanan, dimana para pengguna akan mengutamakan keperluan *Mock-Up Space* yaitu tempat *template mock-up* berada dan untuk mendapatkan rekomendasi vendor cetak produk. *Creative Community* diletakkan kedua karena merupakan halaman komunitas yang dapat digunakan untuk berdiskusi sesama kreator dan melakukan promosi terhadap *merchandise*-nya sendiri. *Plans* ditempatkan selanjutnya sebagai tempat untuk melakukan transaksi dan membeli *subscription* untuk menggunakan layanan Cosmosize, sedangkan *Account* untuk melihat data diri seperti pada umumnya. *About Us* berisikan informasi mengenai Cosmosize, sedangkan *Help Center* berfungsi sebagai tempat dimana pengguna dapat membaca FAQs dan panduan jika terdapat kesulitan atau menghubungi tim Cosmosize.

### B. *User Journey*

*User journey* berfungsi sebagai gambaran skenario bagaimana pengguna melalui perjalanan dari memiliki *pains* dan *frustration* menurut *user persona* hingga mendapatkan solusi yaitu menggunakan Cosmosize. Tahapan *user journey* mencakup *awareness*, *consideration*, *decision*, dan *retention* yang dijelaskan melalui tindakan, emosi, dan frustrasi pengguna. Dengan identifikasi adanya frustrasi mendapatkan *opportunity* yang dapat dimunculkan sebagai fitur dalam Cosmosize.



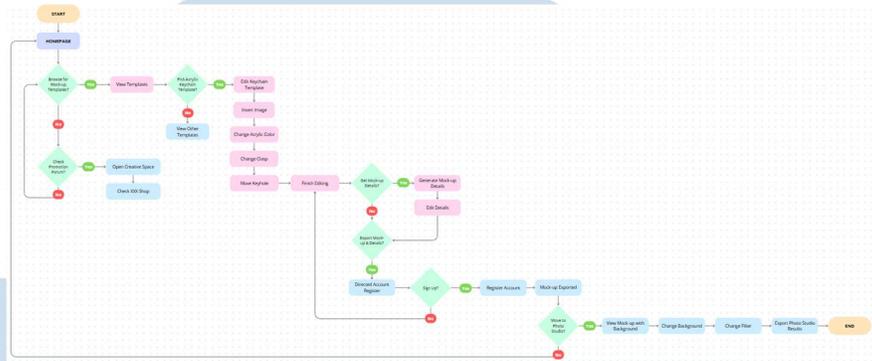
Gambar 4.5 User Journey Cosmosize

Dalam skenario yang dibuat, *awareness* terhadap Cosmosize berawal dari pengguna ingin membuat sebuah *mock-up*, namun kesulitan untuk mencari *mock-up* yang tepat sehingga membutuhkan waktu yang lama, dan belum masuk ke tahap editing *mock-up*. Cosmosize menjadi solusi dari pengguna sebagai tempat yang memiliki *template mock-up* yang bervariasi, serta memiliki wadah pengeditan secara langsung. Kemudian, *consideration* adalah masa percobaan pengguna dengan Cosmosize dimana mereka mencoba untuk membuat sebuah *mock-up* dengan metode pembayaran *one-time mock-up purchase* yang disediakan oleh Cosmosize. Sedangkan, *decision* menandakan proses dimana pengguna melakukan pengeditan dan menjalani fitur yang disediakan Cosmosize hingga dapat cetak pada vendor. Dengan itu, menghasilkan *retention* dimana pengguna mempertimbangkan untuk melakukan *subscription* dan menggunakan Cosmosize lagi di masa yang akan datang.

### C. User Flow

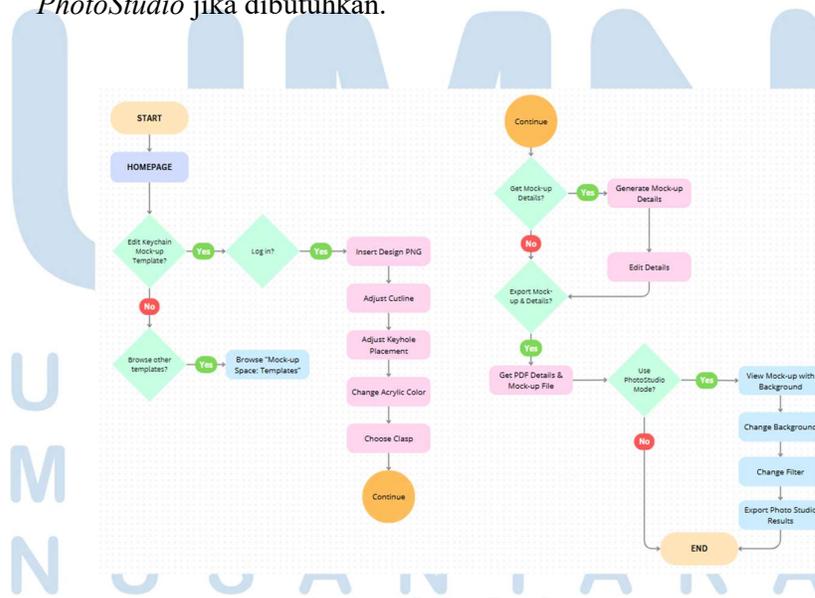
*User flow* merupakan potensi langkah yang dapat diambil pengguna dalam menggunakan Cosmosize. Dalam Cosmosize, target market yang dituju memiliki dua kemungkinan dengan menyesuaikan *user persona* yang telah dibuat yaitu pengguna yang sudah terbiasa

dengan *mock-up* dan pengguna baru. Awalnya, *user flow* dijadikan sebagai satu sebagai keseluruhan proses sebelum dipecah menjadi dua.



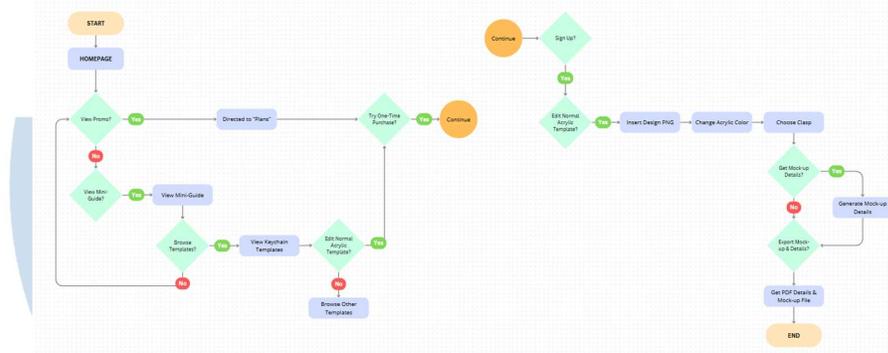
Gambar 4.6 *User Flow* Awal Keseluruhan

Pada *user flow* pertama, merepresentasikan pengguna yang terbiasa dengan tempat pengeditan *mock-up* atau *familiar* dengan *website* seperti Canva, Placeit, ataupun Wooacry. *User flow* pertama memiliki alur yang jelas dengan pengguna mengetahui perlu melakukan apa. Dimulai dari *homepage* dan langsung memilih *template mock-up* dari tampilan *Popular Template Mock-up* jika sesuai dengan *merchandise* yang ingin dibuat. Kemudian, melalui proses *editing*, pengguna akan mengetahui untuk mendapatkan rincian cetak produk dan langsung menggunakan fitur *PhotoStudio* jika dibutuhkan.



Gambar 4.7 *User Flow* Pertama

Pada *user flow* kedua, merepresentasikan pengguna pemula yang baru menggunakan sebuah *website* pengeditan *mock-up*. Alur yang dimiliki lebih kompleks dengan menimbangkan adanya eksplorasi yang dilakukan oleh pengguna baru. Pengguna juga akan melewati proses pendaftaran karena baru pertama kali menggunakan Cosmosize.



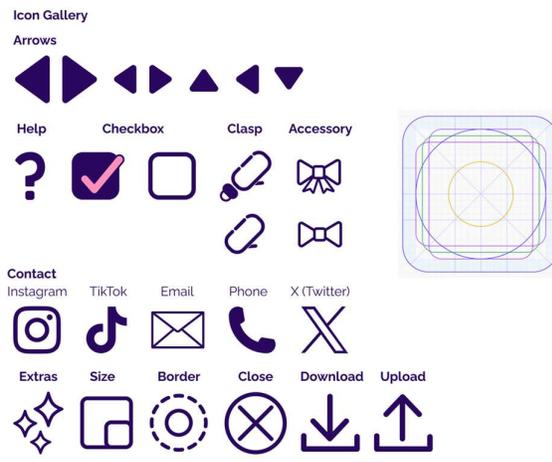
Gambar 4.8 *User Flow* Kedua

Dengan itu, *website* akan dikembangkan dan per halaman atau fitur diprioritaskan sesuai dengan alur yang telah dibuat. Kemudian, difasilitasi adanya *mini guide* untuk pengguna baru yang ditempatkan di *homepage*. Maka, halaman yang diprioritaskan dalam Cosmosize adalah *homepage*, *Mock-Up Space*, dan layer edit *mock-up* untuk *keychain*.

### 4.3.2 Perancangan *Icon & Copywriting Website Cosmosize*

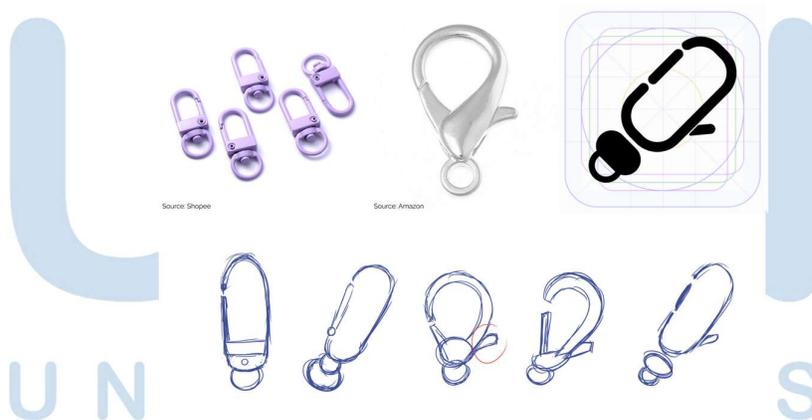
Perancangan aset visual *website* Cosmosize yang dilakukan oleh penulis mencakup pembuatan *icon* serta *style* komponen objek interaktif dalam *website* seperti gaya *headline* dan *body text*, dan berbagai tampilan *button*. *Icon* dari Cosmosize memiliki gaya *rounded* dan dirancang menurut *grid icon* sebagai *guideline*. Berikut merupakan tampilan dari *icon* yang telah dibuat oleh penulis untuk *website* Cosmosize:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 4.9 Icon Gallery

Beberapa *icon* dibuat secara khusus untuk Cosmosize untuk merepresentasikan fitur yang tersedia dalam Cosmosize. Pada *icon Clasp*, mengambil inspirasi dari bentuk *clasp* yang umum dikenal yaitu *U-style clasp* dan *lobster clasp*. Bentuk dasarnya mengambil dari *U-style clasp*, kemudian diberikan pembuka disampingnya seperti *lobster clasp* agar lebih mudah untuk dikenal bentuknya. Adanya pembuka *clasp* diperlukan agar objek dapat dikenal sebagai *clasp*.



Gambar 4.10 Stilasi Icon Clasp

Sedangkan, untuk *Accessory* membukakan opsi untuk memberi aksesoris *charm* atau manik untuk *keychain* maupun *phone strap*. *Icon* tersebut mengambil inspirasi dari bagaimana *keychain* dapat diberi

aksesoris seperti pita, sehingga bentuk pita dijadikan representasi dari penambahan aksesoris *charm*. Bentuk yang dipilih mendekati seperti pita pada umumnya agar dapat mudah dikenali.



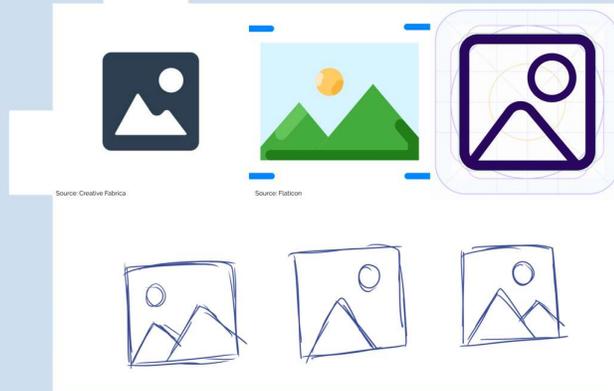
Gambar 4.11 Stilasi *Icon Accessory*

Kemudian, terdapat *icon-icon* dalam *Mock-Up Space* yang memiliki arti-arti khusus. *Extras* merepresentasikan *finishing touch* untuk produk *mock-up merchandise* yang dibuat. Bentuk *sparkle* menjadi referensi dengan menimbang adanya laminasi yang memiliki tampilan dengan *glitter*. Arti *icon sparkle* menimbulkan arti yang ambigu, memiliki banyak arti yang berbeda di berbagai *website*, dan seringkali diasosiasikan dengan fitur AI (Kaplan, 2024). Namun, dalam *Cosmosize*, *icon sparkle* merepresentasikan *Extras* untuk memberi *finishing touches* pada produk *merchandise* seperti laminasi.



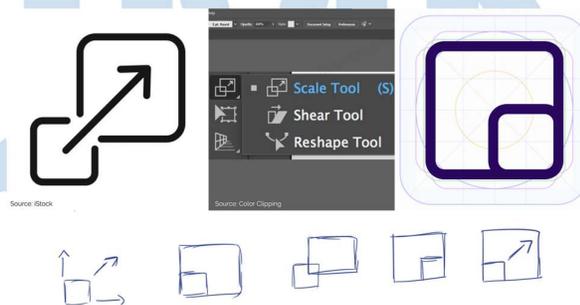
Gambar 4.12 Stilasi *Icon Extras*

Selain itu, terdapat *icon Templates* yang mengambil referensi dari *icon image* pada umumnya. Hal tersebut dikarenakan dalam fitur *PhotoStudio* akan menghasilkan *background* untuk produk *merchandise* sehingga sesuai dengan *icon* yang memiliki kesan *background*. Bentuk akhir dipilih karena lebih *simple* dibandingkan pada umumnya.



Gambar 4.13 Stilasi *Icon Templates*

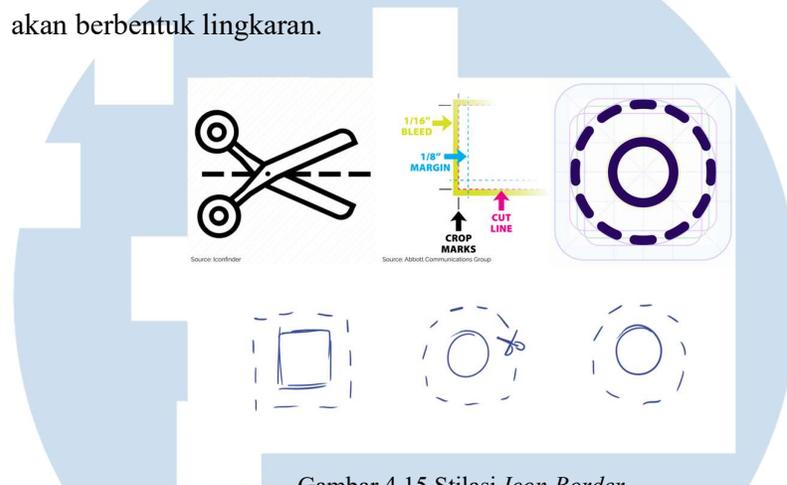
Untuk *icon Size*, mengambil referensi dari fungsi *tool scale* yang digunakan untuk memperbesar maupun mengecilkan suatu objek. Dengan memiliki fungsi yang mirip, maka dalam *icon* perlu ditunjukkan adanya perbedaan ukuran. Namun, *icon* disimplifikasi dengan hanya memberikan perbandingan ukuran kotak tanpa adanya panah seperti pada *tool scale* pada umumnya.



Gambar 4.14 Stilasi *Icon Size*

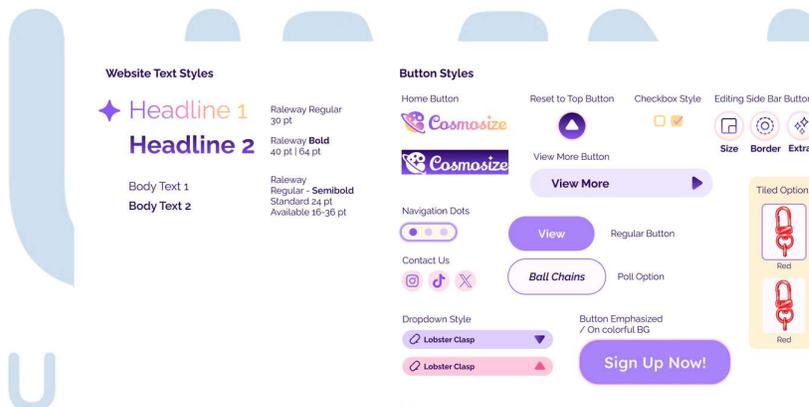
Sedangkan untuk *icon Border*, mengikuti fungsinya untuk menghasilkan *cutline* otomatis dalam desain *merchandise* sehingga memiliki *stroke* luar yang berwujud *dash*. Arti *cutline* disimplifikasi sebagai

*dash* tanpa adanya gunting, dengan referensi pada kertas aktivitas anak untuk menggunting yang memiliki garis *dash* untuk membentuk sebuah objek. Selain itu, bentuk lingkaran dipilih dengan menimbang dasar *button* akan berbentuk lingkaran.



Gambar 4.15 Stilasi *Icon Border*

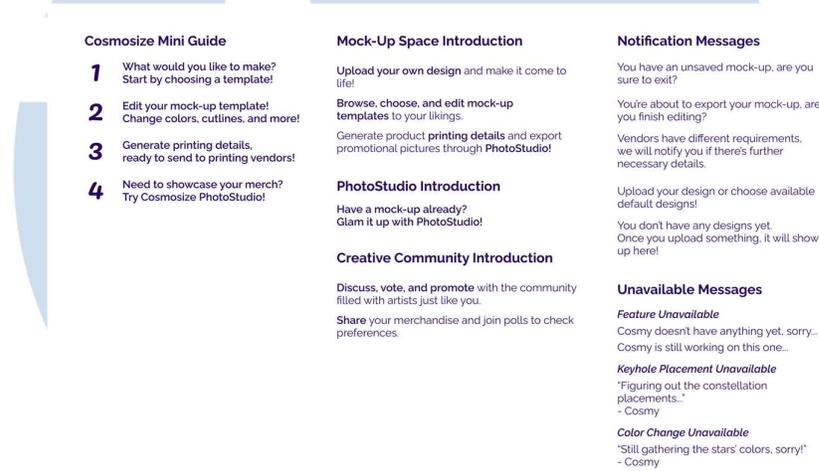
Selanjutnya, terdapat berbagai gaya dari teks dalam *website* dan gaya *button*. *Headline* memiliki dua *style* yang disesuaikan dengan kebutuhan, serta *body text* menggunakan dua macam *font type* dari *Raleway* dengan ukuran yang menyesuaikan dengan kebutuhan. Sebagai ukuran standar, ditetapkan 24 pt sehingga sebagian besar teks dalam *website* diusahakan akan sebesar ukuran standar.



Gambar 4.16 *Cosmosize Components*

Dalam perihal *button*, *home button* ditetapkan akan menggunakan logo *Cosmosize* yang diletakkan dalam bar navigasi. Kemudian, adanya *reset-to-top button* yang umumnya diperlukan dalam sebuah *website*.

*Checkbox* digunakan dalam *browsing template* untuk memfilter pencarian. Selain itu, terdapat *button* standar yang hanya menggunakan *rounded rectangle* dengan *fill*, ditambah *outer glow* ketika berada di atas gambar berwarna atau berupa *call-to-action*. Selibhnya mengenai *button* akan dibahas pada tahap perancangan *prototype* dimana terdapat efek *hover*.



Gambar 4.17 Cosmosize Website Copywriting

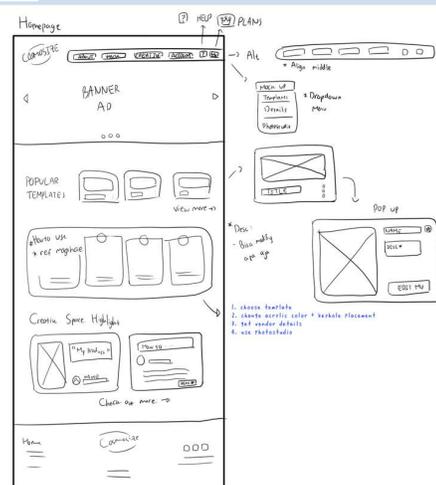
Selanjutnya, terdapat kumpulan *copywriting* dalam *website* yang dirancang oleh penulis dengan tujuan untuk memperkenalkan fitur-fitur dari Cosmosize. *Copywriting* dirancang dengan menyesuaikan *tone of voice* dari Cosmosize yaitu *passionate*, *trendy*, dan *casual*. Dengan itu, terdapat banyak penggunaan tanda seru untuk menunjukkan ajakan yang penuh energi.

### 4.3.3 Perancangan User Interface Website Cosmosize

Perancangan *user interface* dari *website* Cosmosize mencakup dari membuat sketsa *wireframe*, *low fidelity*, dan *high fidelity* dalam *website*. Perancangan *user interface* dilakukan setelah *brand* Cosmosize telah dipastikan agar dapat mencapai *high fidelity*. Berikut adalah penjabaran setiap langkah dalam proyek perancangan *user interface*:

## A. Sketsa *Wireframe*

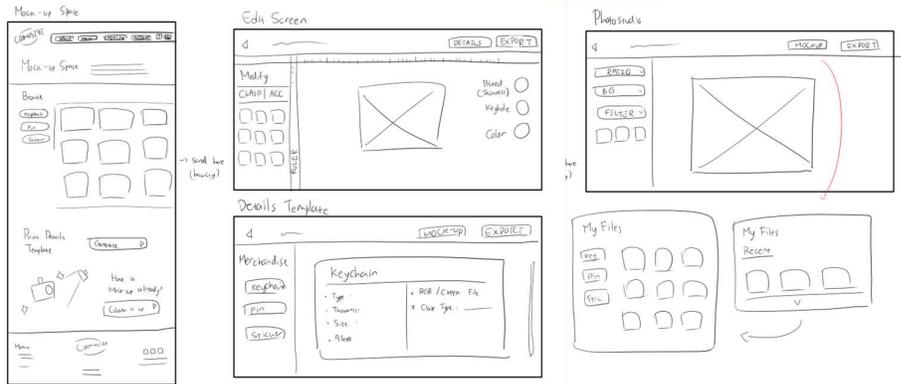
Sketsa *wireframe* diperlukan untuk mengetahui gambaran *website* yang akan dirancang, serta berbagai aset yang perlu dibuat. Sketsa *wireframe* merupakan masih gambaran kasar yang dapat berubah dalam *low fidelity* dengan perihal *layouting*. Penulis memegang tanggung jawab atas halaman *Homepage*, *Mock-Up Space*, layar edit *mock-up*, *Creative Community*, *Plans*, *Account*, serta *Help Center*. Halaman *About Us* dan pendaftaran dipercayakan pada anggota tim *Cosmosize* lainnya. Dengan itu, berikut sketsa dari halaman-halaman *website* *Cosmosize*:



Gambar 4.18 Sketsa *Homepage*

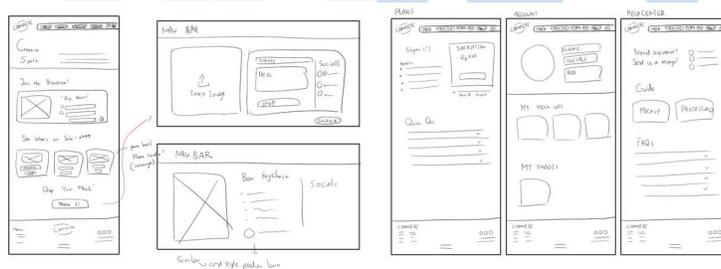
Sketsa *homepage* dirancang dengan mempertimbangkan apa yang perlu ditampilkan di awal masuk *website*. *Banner* yang ditempatkan setelah *navigation* bar berfungsi untuk menarik perhatian dan sedikit pengenalan mengenai *Cosmosize*. Kemudian, terdapat *Popular Templates* yang berfungsi agar pengguna dapat langsung mengedit jika perlu. Selain itu, adanya *mini-guide* yang difasilitasi untuk pengguna baru, serta *Creative Community Highlights* yang memberikan *preview* apa yang sedang didiskusikan. *Style* dari

komponen sudah mulai didesain dari tahap sketsa agar di tahap pembuatan *high fidelity* sudah konsisten.



Gambar 4.19 Sketsa *Mock-up Space*

Sketsa *Mock-Up Space* cukup rumit pada layar edit yang merupakan prioritas utama dari fitur *Cosmosize*. Pada awal perencanaan, untuk mendapatkan rincian produk cetak masih dipisah. Namun, pada akhirnya disatukan karena rincian hanya bisa didapatkan setelah *mock-up* dibuat. Dalam tahap pembuatan sketsa *Mock-Up Space*, belum ada fitur rekomendasi vendor yang diperlukan untuk mencetak *merchandise* jika pengguna membutuhkannya. Fitur tersebut akan langsung dikembangkan dalam pembuatan *high fidelity*.



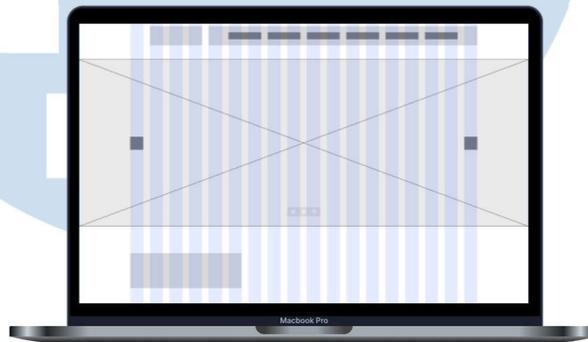
Gambar 4.20 Sketsa *Creative Community & Lainnya*

Sketsa *Creative Community* dirancang hingga terdapat adanya layar untuk menambahkan postingan untuk melakukan promosi *merchandise* pengguna. Namun, dengan pertimbangan bahwa *Creative Community* tidak merupakan fitur utama sehingga

kemungkinan tidak terealisasi dengan terbatasnya waktu. Kemudian, terdapat sketsa untuk halaman *Plans*, *Account*, dan *Help Center* yang akan direalisasikan sebatas *preview halaman* dalam *prototype website* Cosmosize.

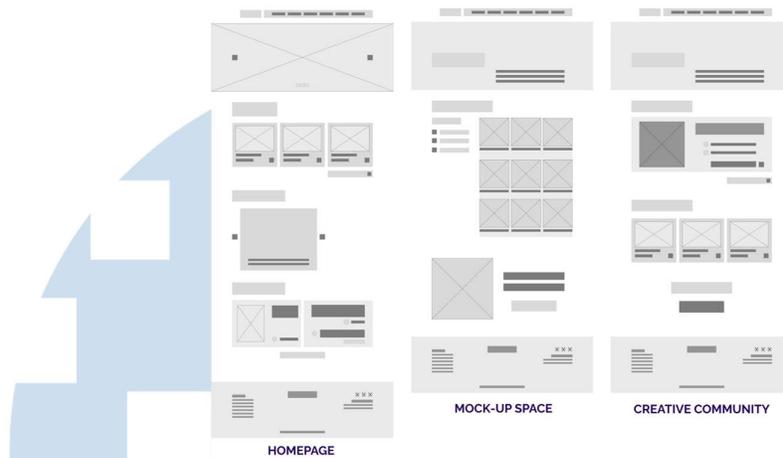
### **B. Low Fidelity**

*Low fidelity* dirancang untuk memiliki *layout* yang lebih rapi dengan penggunaan *grid*. Pada *website* Cosmosize, *grid* yang digunakan adalah sebanyak 18 kolom yang diletakkan di *center*, memiliki *width* sebesar 56 *pixel* dan *gutter* sebesar 28 *pixel*. Sedangkan untuk ukuran *frame*-nya menggunakan *width* sebesar 1920 *pixel*.



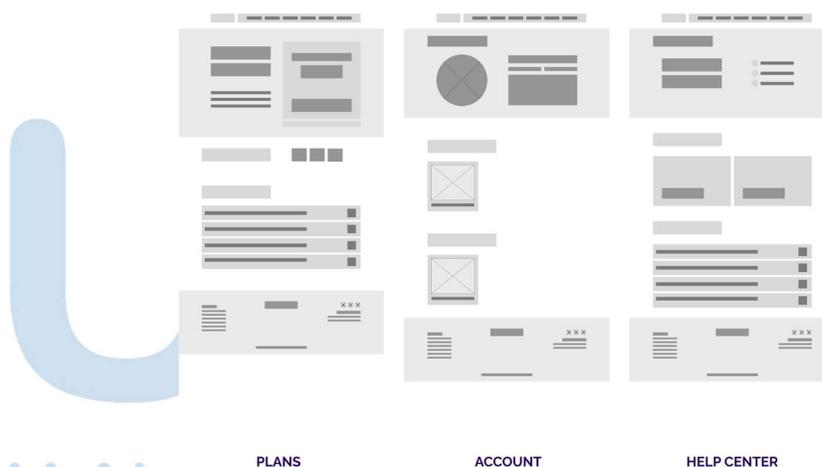
Gambar 4.21 *Grid Line Website*

*Low fidelity* dirancang semirip mungkin dengan sketsa dan mengikuti *grid line* yang telah ditentukan. Terdapat 7 jumlah halaman yang dibuat oleh penulis mencakup dari halaman *homepage*, *Mock-Up Space*, *Mock-up Edit Screen*, *Creative Community*, *Plans*, *Account*, serta *Help Center*. Pada tahap *low fidelity*, sudah menetapkan *style* dari masing-masing *layouting* seperti *card-style* akan berwujud seperti apa, awal masuk ke halaman berwujud seperti apa, dan lainnya yang berhubungan dengan *layouting*.



Gambar 4.22 Low Fidelity Homepage, Mock-Up Space, Creative Community

Dari *homepage*, ditetapkan untuk *card-style* akan memiliki 3 buah maksimal ke samping. Kemudian, dengan adanya *banner* di awal *homepage*, maka diselaraskan untuk halaman lain memiliki *headline* pengenalan untuk fitur pada masing-masing halaman tersebut. Selain itu, memastikan masing-masing halaman mencakup dari fitur-fitur yang dimiliki menurut *information architecture*.



Gambar 4.23 Low Fidelity Plans, Account, Help-Center

Kemudian, halaman-halaman lainnya berfungsi sebagai pelengkap dari *website* Cosmosize. Seperti pada referensi Envato, fitur FAQs pada Cosmosize akan menggunakan sistem *dropdown* dengan memiliki 4 baris dan selebihnya berada di halaman terpisah

yang tidak direalisasikan. Ketiga halaman memiliki desain *banner* yang berbeda-beda dengan menimbang konten yang perlu dilihat oleh pengguna terlebih dahulu, seperti pada *Plans* akan menyajikan paket yang dapat dibeli pengguna, *Account* menunjukkan *display* data diri yang terdaftar di Cosmosize, dan *Help Center* akan menyajikan *channel* yang dapat dihubungi oleh pengguna.

### C. High Fidelity

*High fidelity* didesain dengan menyesuaikan *guide* yang telah dibuat oleh tim anggota Angelly. Untuk layar *background* keseluruhan *website*, menggunakan warna #FCFAFF, mengikuti aturan desain UI pada umumnya untuk tidak menggunakan putih murni (#FFFFFF) ataupun hitam (#000000) secara langsung. Sedangkan, untuk teks menggunakan warna Cosmos (#2A0860) dan berbagai warna keperluan lainnya. *Prototype* dari Cosmosize dapat dilihat dengan tautan berikut: <https://bit.ly/CosmosizeWebsite>.

#### 1. Homepage

Laman *homepage* dirancang untuk menarik perhatian pengguna dengan menempatkan *banner* besar yang didesain oleh tim anggota Felice, untuk memperkenalkan konten dalam Cosmosize yang tersedia. Juga *banner* kecil yang berfungsi sebagai bagian promosi dari Cosmosize, *button* akan diarahkan kepada halaman *sign in*. Selain itu, disediakan bagian *Popular Mock-up* untuk akses *mock-up* yang lebih cepat bagi pengguna lama.

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



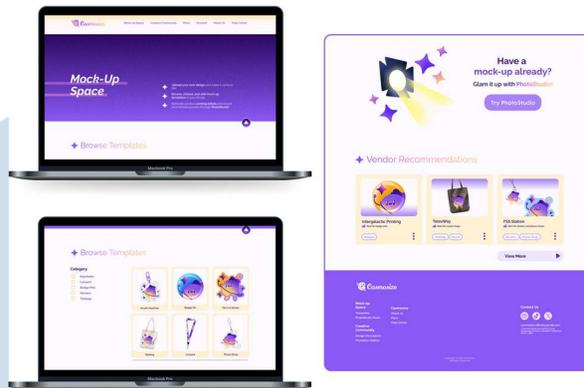
Gambar 4.24 High Fidelity Homepage Cosmosize

Sedangkan untuk pengguna baru, disediakan sebuah *mini-guide* agar memiliki arahan tujuan dari penggunaan Cosmosize, aset visual dibuat oleh tim anggota Angelly. Di bawah memiliki *Creative Community Highlights* yang memberikan cuplikan fitur komunitas kreator yang disediakan Cosmosize. Informasi mengenai *Creative Community* selebihnya pada halaman tersendiri.

## 2. Mock-up Space

Laman *Mock-Up Space* merupakan halaman untuk mencari *template mock-up* dan akses untuk mengeditnya. Kemudian, laman dapat mengakses fitur *PhotoStudio* dan juga melihat rekomendasi vendor percetakan. Fitur rekomendasi vendor percetakan merupakan fitur tambahan dengan menimbang pengguna dapat mencetak *merchandise* dengan Cosmosize sebagai perantara.

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

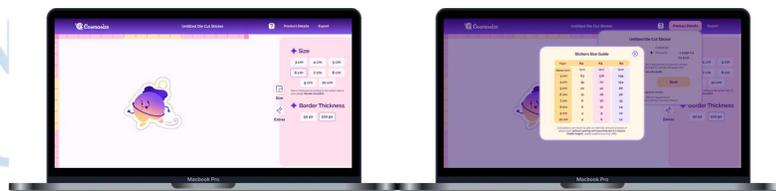


Gambar 4.25 High Fidelity Mock-Up Space Cosmosize

*Browsing template* dirancang sesuai dengan referensi Magihae yang mudah digunakan dan rapi. *Mock-up* yang disediakan terdapat 6 yaitu *keychain acrylic*, *badge pin*, *die cut sticker*, totebag, lanyard, dan *phone charm*. Dengan limitasi waktu dan banyaknya komponen yang berbeda, diutamakan 6 produk tersebut agar dapat terbayang tampilan pengeditan dari Cosmosize.

### 3. Edit Screens

Layar edit dari Cosmosize tidak hanya sebatas pengeditan *mock-up*, namun melibatkan pengeditan dalam fitur *PhotoStudio*. Segala aset visual produk *merchandise* yang digunakan dibuat oleh tim anggota Angelly. Layar edit akrilik akan berbeda untuk *badge pin*, dan akan berbeda lagi untuk totebag, begitupun dengan opsi *customization* yang disediakan. Layar edit untuk akrilik akan memiliki 2 sisi *bar*, sedangkan untuk produk lain akan memiliki 1 *bar* saja di kiri.

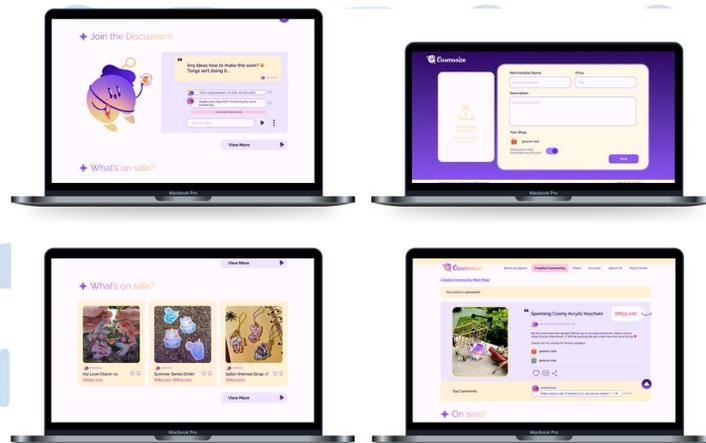


Gambar 4.26 High Fidelity Edit Die Cut Sticker

Opsi pengeditan secara umum akan memiliki kebebasan untuk mengedit ukuran dan ketebalan border dan warnanya. Sedangkan beberapa produk akan memiliki opsi spesial seperti pada akrilik akan terdapat opsi perubahan *keyhole*, pada *badge pin* akan terdapat opsi perubahan laminasi dan material pin, dan sebagainya.

#### 4. *Creative Community*

Laman *Creative Community* ditujukan sebagai tempat komunitas para kreator dapat mendiskusikan mengenai *mock-up*, *merchandise*, maupun jualan. Fitur pertama dalam *Creative Community* terdapat forum diskusi yang dapat dipergunakan untuk meng-*upload* suatu topik permasalahan dan para kreator dapat saling membantu. Fitur tersebut terinspirasi dari *confessions* yang seringkali digunakan oleh para kreator *merchandise* di X (Twitter), namun bersifat anonim sehingga terkadang unggahan dapat bersifat negative. Pada Cosmosize, dengan melalui pendaftaran akun, akan menunjukkan profil penunggah untuk mencegah terjadinya hal negatif.



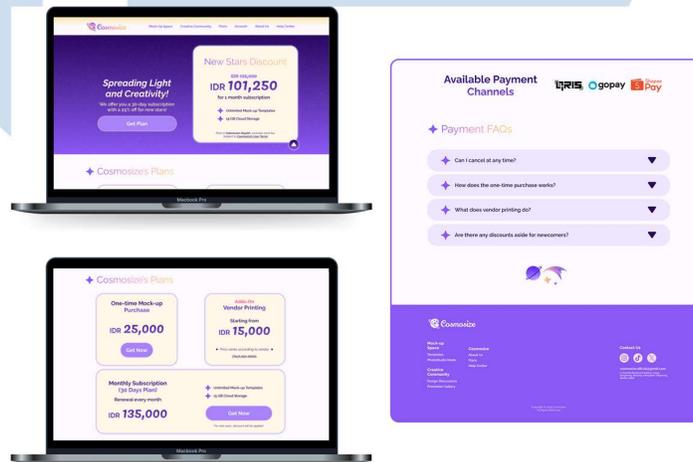
Gambar 4.27 High Fidelity *Creative Community*

Selain itu, fitur kedua mencakup dapat melakukan promosi dengan produk jualan para kreator. *Promotion Gallery*

bukan merupakan media untuk langsung bertransaksi, namun akan diarahkan ke laman toko para kreator. Dengan fitur tersebut, para kreator dapat membagikan hasil jualan mereka untuk *exposure* yang lebih.

## 5. Plans

Laman *Plans* diadakan seperti *website* pada umumnya yang memiliki fitur *payment*. *Plans* berisikan paket yang dapat dibeli oleh pengguna dan melihat terdapat jasa apa saja yang disediakan oleh Cosmosize. Pada laman tersebut, diperlukan untuk *highlight* paket utama dari Cosmosize yaitu *monthly subscription*.

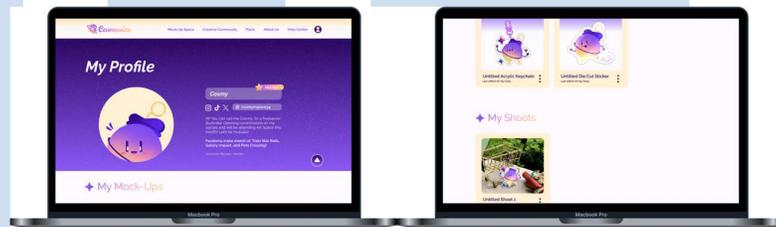


Gambar 4.28 High Fidelity Plans

Selain menunjukkan paket apa saja yang tersedia, juga ditunjukkan metode pembayaran yang dapat digunakan untuk bertransaksi. Laman *Plans* mengambil besar referensi dari Envato dengan menunjukkan paket utama di paling atas dan terdapat metode pembayaran, serta FAQs singkat. FAQs mencakup dari pertanyaan-pertanyaan yang berpotensi untuk ditanyakan seperti gunanya *adds-on* vendor percetakan, cara kerja *one-time purchase*, apakah dapat membatalkan langganan, dan diskon untuk pengguna lama.

## 6. Account

Laman *Account* diadakan untuk menunjukkan profil pengguna berisikan identitas dalam Cosmosize, serta simpanan editan *mock-up*. Laman *Account* berfungsi untuk mengakses editan *mock-up* yang pernah dibuat sebelumnya dan menunjukkan *history* dari unggahan dalam *Promotion Gallery*. Kemudian, pengguna dapat mengunggah karya-karyanya sebagai bentuk portfolio.

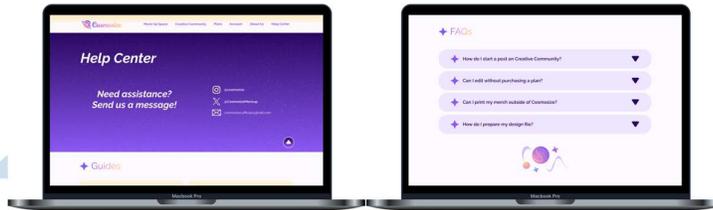


Gambar 4.29 High Fidelity Account

Laman *Account* didesain dengan *simple* agar mudah mengakses kumpulan editan *mock-up* maupun *PhotoStudio*. Selain itu, laman berisikan informasi identitas pengguna mencakup *username*, media sosial, dan bio. Untuk pengguna baru, akan memiliki *badge* seperti yang ditunjukkan pada kanan atas kotak nama.

## 7. Help Center

Laman *Help Center* berfungsi sebagai tempat untuk melihat panduan dan FAQs secara umum. Laman akan menyediakan kontak Cosmosize untuk dihubungi jika dibutuhkan. Selain itu, pertanyaan yang disediakan adalah cara mengunggah di *Creative Community*, apakah bisa mengedit ketika belum memiliki paket, apakah bisa mencetak *merchandise* sendiri, dan penyiapan *file* desain.



Gambar 4.30 High Fidelity Help Center

Untuk *Help Center* memiliki *guide* dalam menggunakan fitur-fitur *Mock-Up Space*, namun dengan keterbatasan waktu tidak dapat direalisasikan. *Help Center* dijadikan pusat bantuan jika pengguna memiliki kebingungan. Berbagai syarat atau *terms* dalam menggunakan *Cosmosize* akan tersambung ke *Help Center*.

#### 4.3.4 Perancangan *Prototyping Website Cosmosize*

Perancangan *prototyping* dapat dilakukan ketika tampilan *website* lengkap. Pada *prototyping*, difokuskan pada setiap komponen interaktif, baik untuk *button* maupun *micro-interaction* seperti efek *hover* dan *animation*. Berikut kumpulan dari komponen interaktif yang membantu *website* untuk berjalan:

##### A. *Navigation Bar*

*Navigation bar* diperlukan sebagai navigasi antar halaman, menyesuaikan dengan *information architecture* yang telah dibuat. *Home button* dari *navigation bar* menggunakan logo *Cosmosize*, mengikuti *website* pada umumnya. *Navigation bar* didesain dengan *simple* agar mudah dipahami dan tidak mengganggu pembacaan konten ketika *scrolling*.

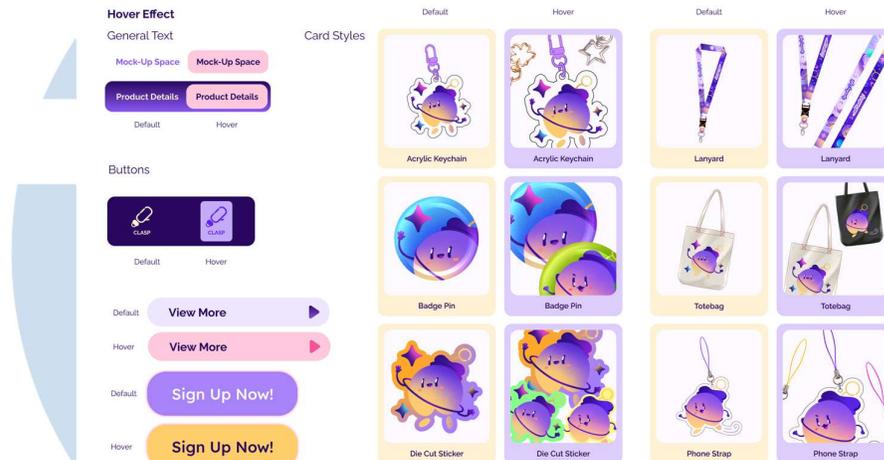


Gambar 4.31 *Navigation Bar* *Cosmosize*

##### B. *Hover*

Efek *hover* tersebar di seluruh *website* untuk memberi interaktifitas dan menandakan bahwa sebuah elemen dapat ditekan. Efek *hover* menggunakan *animation Dissolve* pada *Figma*. Pada teks,

akan diberikan *rounded rectangle* biasa dengan warna yang menyesuaikan sebagai efek *hover*-nya. Selain itu, pada *cards* diberikan efek *hover* untuk menandakan bahwa bisa diedit.

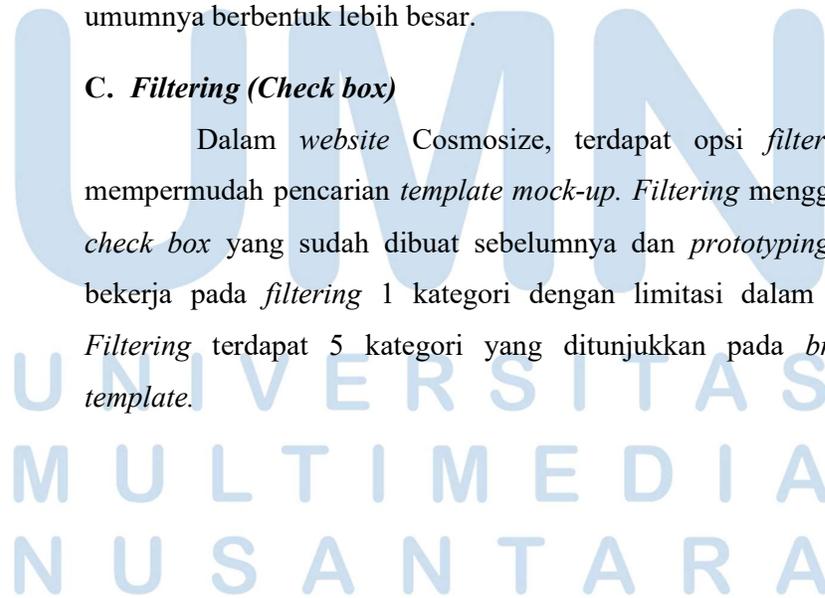


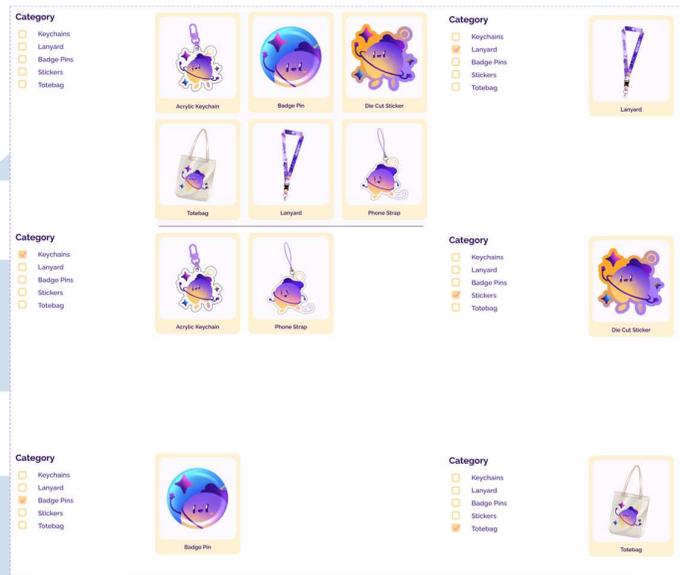
Gambar 4.32 *Hover Effect Cosmosize*

Pada *button*, terdapat perbedaan dalam efek *hover*. Untuk *button* panjang seperti untuk “View More” atau pada *dropdown* dalam *bar* layar edit maupun FAQs, akan berwarna ungu dan berubah *pink* untuk ditekan. Sedangkan untuk *button* CTA akan berubah kuning dan umumnya berbentuk lebih besar.

### C. *Filtering (Check box)*

Dalam *website* Cosmosize, terdapat opsi *filter* untuk mempermudah pencarian *template mock-up*. *Filtering* menggunakan *check box* yang sudah dibuat sebelumnya dan *prototyping* hanya bekerja pada *filtering* 1 kategori dengan limitasi dalam Figma. *Filtering* terdapat 5 kategori yang ditunjukkan pada *browsing template*.



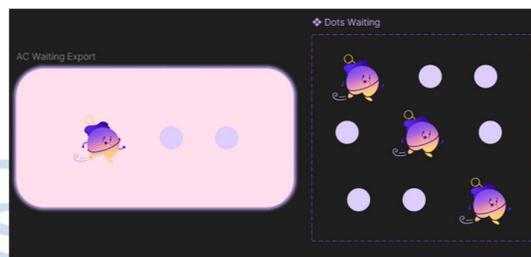


Gambar 4.33 Filtering Templates Cosmosize

Dengan perkembangan Cosmosize, jumlah kategori dapat bertambah menyesuaikan dengan *mock-up* yang akan disediakan. Untuk *mock-up* yang belum dapat diedit, akan ditutup dengan *banner*. Adanya *search bar* dipertimbangkan untuk diberikan seperti pada Envato atau Magihac, namun tidak dapat direalisasikan dengan keterbatasan Figma.

#### D. Waiting Animation

*Waiting animation* diberikan sebagai *loading screen* berpindah ke layar edit atau menunggu hasil *export*. Animasi menggunakan maskot Cosmy “Run” untuk membuat seakan-akan Cosmy sedang berlari. Animasi menggunakan fitur *delay* pada Figma dengan jeda 0,5 detik (500ms).

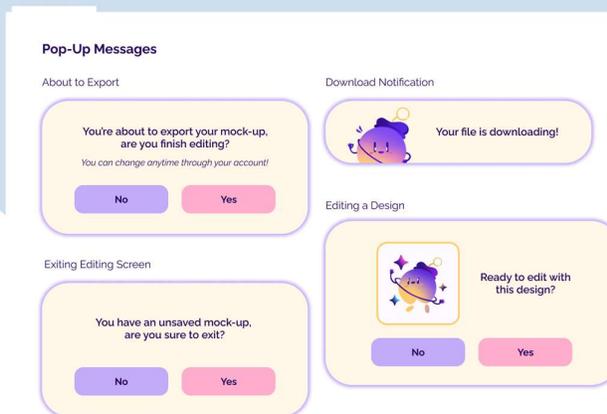


Gambar 4.34 Waiting Animation Cosmy

*Waiting animation* diberikan agar memberikan kesan bahwa tindakan yang dilakukan sedang diproses. Namun, untuk segala aksi menggunakan *loading screen* yang sama. Dapat dipertimbangkan untuk menambahkan variasi animasi.

#### E. *Pop-Up (Notification)*

*Pop-up messages* diberikan agar pengalaman alur penggunaan *website* Cosmosize terkesan nyata dan meyakinkan pengguna akan yang diambil. Kemudian, dalam mengunduh *file* diberikan notifikasi sebagai indikator sedang bekerja. Pesan yang disampaikan disesuaikan dengan *tone of voice* Cosmosize.



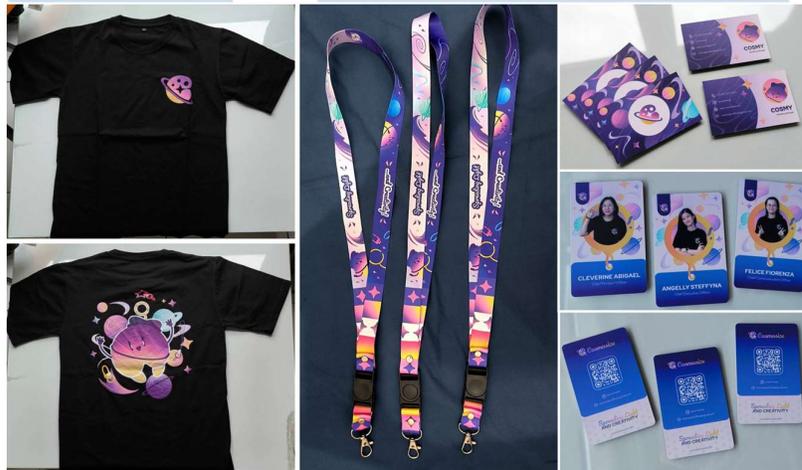
Gambar 4.35 *Pop-Up Messages*

Adanya perubahan dalam warna *button* “Yes” yang dinyatakan terkesan *alarming* dengan menggunakan warna *pink*. Maka, warna *button* “Yes” menggunakan warna ungu, sedangkan untuk “No” menggunakan warna kuning. Selibuhnya, dasar kotak *pop-up messages* diselaraskan seperti yang ditunjukkan pada gambar.

#### 4.4 Penentuan Vendor *Prototype* Produk

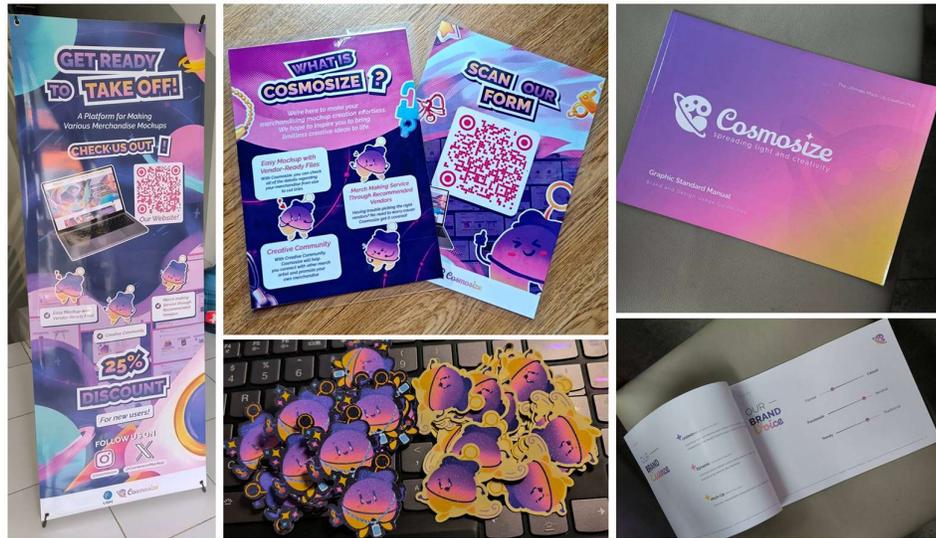
Vendor *prototype* produk ditentukan untuk memproduksi keperluan identitas tim perusahaan yakni baju, *lanyard*, *ID card*, dan kartu nama. Benda-benda tersebut telah didesain oleh tim anggota Angelly dan diproduksi melalui Shopee. Baju dipesan pada toko Sablon.Expert untuk melakukan sablon bebas

dengan desain Cosmosize dengan harga sebesar Rp52.000 untuk satu baju dengan ukuran M, berbahan *Cotton Combed 30S*. *Lanyard* dipesan pada toko Sabi Konveksi Merchandise dengan harga sebesar Rp6.700 untuk satu *lanyard*, berbahan kanvas dengan sebuah *stopper*. Selain itu, terdapat kartu nama yang dicetak dengan ukuran *5x8-centimeter*, berbahan *art carton 260 gsm*, dengan laminasi *matte*. Kartu nama dicetak pada Pigma Digital Printing dengan 1 lembar A3, mendapatkan 30 buah dengan harga Rp24.000. Sedangkan *ID card* dicetak melalui Shopee pada toko Panama Printing dengan harga satuan Rp7.000 untuk bahan kartu PVC.



Gambar 4.36 Produk Identitas Cosmosize

Kemudian, terdapat keperluan untuk pelaksanaan *Demo Day* dengan mencetak *X-Banner*, poster, dan stiker *freebies*. *X-Banner* dan poster didesain oleh tim anggota Felice dan dicetak pada Pigma Digital Printing. *X-Banner* berukuran *60 x 160-centimeter*, berbahan Albatross Aluminium 25” dicetak dengan harga Rp150.000. Poster A5 dengan 120 gsm dicetak dengan harga Rp7.000, serta Rp6.000 untuk tambahan laminasi. Sedangkan, stiker didesain oleh tim anggota Angelly dan dipesan pada toko kulkit studio dengan harga sebesar Rp21.740 untuk mencetak satu lembar A4 dan mendapatkan 15 buah stiker dengan laminasi *glitter*.



Gambar 4.37 Produk *Demo Day*

Selain itu, sebagai dekor *booth* untuk *Demo Day*, penulis dan tim mencetak *foam standee* maskot *Cosmosize* dan berbagai hiasan dekor. *Graphic Standards Manual (GSM)* dicetak pada Pixel Indie dengan harga Rp151.737. *Foam standee* juga dicetak pada Pixel Indie dengan harga Rp71.410 untuk 2 buah. Sedangkan untuk berbagai hiasan dekor perkertasan dicetak pada Pigma Digital Printing untuk *art carton* 210 gsm, tanpa laminasi dengan harga Rp53.500.



Gambar 4.38 Produk *Demo Day* Dekorasi

Dengan hasil cetak, *booth Demo Day* *Cosmosize* dapat dihias sesuai dengan citra *Cosmosize*. Selain itu, baju dan *lanyard* digunakan pada *pitching* ide bisnis di hari pertama *Demo Day*. Namun, dapat memilih tempat cetak yang

berbeda ke depannya, menimbang hasil kualitas cetak beberapa benda kurang memuaskan.

#### 4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk

Ujicoba *prototype* melalui dua tahap yaitu *beta-testing* dan *alpha testing*. *Beta testing* dilakukan terlebih dahulu dengan rentang waktu pada tanggal 23-30 Mei 2025 melalui Google Form. Sedangkan, *alpha testing* dilakukan pada *Demo Day* yang diadakan oleh Skystar Ventures di tanggal 4-5 Juni 2025 di Lobby B Universitas Multimedia Nusantara.

##### 4.5.1 Hasil Alpha Testing

*Alpha testing* mendapatkan 107 responden digabung dengan responden *beta test* untuk memenuhi kuota responden yang diperlukan dalam *Demo Day*. Sedangkan, jumlah responden yang didapatkan dalam *Demo Day* sendiri sebanyak 84 responden. Pernyataan kurang lebih sama dengan *beta testing*, namun terdapat pertanyaan tambahan. Menurut hasil yang didapatkan, terdapat 78 perempuan dan 29 laki-laki yang mengisi.

Tabel 4.3 Alpha Testing – Usia

Usia		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
18-20 tahun	52,3%	56
21-24 tahun	42,1%	45
25-28 tahun	2%	2
>28 tahun	3,7%	4

Sesuai dengan target pasar yang dituju, mayoritas responden berusia 18-24 tahun dengan 56 responden dengan rentang usia 18-20 tahun dan 45 responden dengan rentang usia 21-24 tahun. Kemudian, rata-rata dari responden merupakan desainer grafis atau ilustrator. Selanjutnya, terdapat 21 responden yang pernah menggunakan platform pengeditan *mock-up*. Beberapa responden menyebutkan kompetitor Cosmosize yaitu Wooacry, Pacdora, dan Envato sehingga beberapa responden sudah familiar dengan *website mock-up*.

Tabel 4.4 *Alpha Testing – Usability Testing & User Experience 1*

<b>Fitur pada website sangat membantu dan berfungsi dengan baik</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	86%	92
Setuju	15%	15
Kurang Setuju	0%	0

Pernyataan yang sama dengan *beta testing* tetap menghasilkan *feedback* yang positif dengan mayoritas responden menjawab pada skala 3 atau 4. Mayoritas responden pada *alpha testing* menyatakan fitur pengeditan *mock-up* menjadi fitur yang unik, dilanjutkan dengan *PhotoStudio* dan *Creative Community*. Mayoritas responden merasa percaya diri saat menggunakan *website* *Cosmosize*, ditandakan dengan 105 responden yang setuju. Namun, masih terdapat 2 responden yang kurang percaya diri dalam menggunakan *website* *Cosmosize*.

Tabel 4.5 *Alpha Testing – Usability Testing & User Experience 2*

<b>Saya merasa percaya diri saat menggunakan website ini</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	81,3%	87
Setuju	16,8%	18
Kurang Setuju	1,9%	2

Pernyataan yang sama dengan *beta testing* tetap menghasilkan *feedback* yang positif dengan mayoritas responden menjawab pada skala 3 atau 4. Mayoritas responden pada *alpha testing* menyatakan fitur pengeditan *mock-up* menjadi fitur yang unik, dilanjutkan dengan *PhotoStudio* dan *Creative Community*. Mayoritas responden merasa percaya diri saat menggunakan *website* *Cosmosize*, ditandakan dengan 105 responden yang setuju. Namun, masih terdapat 2 responden yang kurang percaya diri dalam menggunakan *website* *Cosmosize*.

Tabel 4.6 Alpha Testing – Visual & Design 1

<b>Tampilan dan layout website sudah menarik</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	86%	92
Setuju	15%	15
Kurang Setuju	0%	0

Kemudian, dari segi visual dan desain, mayoritas responden setuju bahwa tampilan dan *layout website* sudah menarik, serta terlihat *branding* yang dimiliki *website* sudah sesuai. Mayoritas responden menyukai maskot Cosmosize karena menarik, lucu, dan unik. Selain itu, warna yang digunakan dinyatakan sudah konsisten dan mencerminkan industri kreatif.

Tabel 4.7 Alpha Testing – Visual & Design 2

<b>Logo dan Maskot sudah efektif dalam menyampaikan identitas brand dari Cosmosize</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	89,7%	96
Setuju	9,3%	10
Kurang Setuju	0,9%	1

Selanjutnya, ketertarikan responden terhadap Cosmosize ditandakan dengan 59 responden yang sangat tertarik dan 19 responden yang tertarik. Cosmosize mendapatkan *rating* sebesar 4.82 dengan membantu dalam pembuatan *mock-up merchandise* dengan mudah. Terdapat 73 responden yang bersedia untuk membayar jika platform Cosmosize terealisasi.

#### 4.5.2 Hasil Beta Testing

*Beta testing* mendapatkan 23 responden dengan memiliki pekerjaan yang sesuai dengan desain. Mayoritas responden merupakan perempuan dengan 18 responden, sedangkan 5 responden berjenis kelamin laki-laki. Sesuai dengan target market yang dituju terdapat 11 responden dengan rentang usia 18-20 tahun dan 8 responden dengan rentang usia 21-24 tahun. Sedangkan terdapat 1

responden dengan rentang usia 25-28 tahun dan 3 responden merupakan di atas 28 tahun.

Tabel 4.8 Beta Testing – Usability Testing & User Experience 1

<b>Saya merasa navigasi pada <i>website</i> cukup sederhana dan mudah dipahami</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	78,3%	18
Setuju	17,4%	4
Kurang Setuju	4,3%	1

Pada pernyataan pertama, responden mayoritas sudah setuju bahwa navigasi pada *website* cukup sederhana dan mudah dipahami dengan 22 responden. Hasil pernyataan kedua menguatkan kemudahan dalam menggunakan *website* dengan pernyataan “Saya merasa *website* ini mudah digunakan” dengan 23 responden telah menjawab setuju. Hasil dari kedua pernyataan menandakan navigasi telah bekerja dengan lancar dan cukup mudah untuk digunakan bagi para kreator.

Tabel 4.9 Beta Testing – Usability Testing & User Experience 2

<b>Saya merasa mudah saat mencari informasi atau opsi yang saya butuhkan</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	82,6%	19
Setuju	13%	3
Kurang Setuju	4,3%	1

Selanjutnya mengenai kemudahan dalam mencari informasi maupun opsi yang dibutuhkan, terdapat 21 responden yang telah menyetujui pernyataan tersebut, namun masih terdapat responden yang merasa kebingungan. Selain itu, pernyataan mengenai fitur pada *website* yang dinyatakan sudah membantu dan berfungsi baik ditunjukkan dengan 23 responden telah setuju, 7 responden menjawab setuju dan 16 responden menjawab sangat setuju. Dengan itu, hasil

kedua pernyataan menandakan komponen dalam *website* telah bekerja dengan baik.

Tabel 4.10 *Beta Testing – Usability Testing & User Experience 3*

<b>Konten yang disajikan pada website mudah diikuti dan dipahami</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	91,3%	21
Setuju	8,7%	2
Kurang Setuju	0%	0

Kemudian mengenai konten dalam *website* berhubungan dengan *copywriting* maupun instruksi atau panduan yang disajikan dalam *website*. Mayoritas responden telah setuju bahwa konten sudah mudah dipahami dengan 21 responden yang menjawab sangat setuju dan 2 responden yang menjawab setuju. Selanjutnya mengenai perihal kepercayaan diri dalam menggunakan *website*, 22 responden telah merasa percaya diri dalam menggunakan *website* dengan 16 responden yang sangat setuju dan 6 responden setuju. Namun, masih terdapat 1 responden yang belum percaya diri dalam menggunakan *website*.

Para responden menyatakan bahwa fitur dalam Cosmosize yang unik adalah *Creative Community*, pengeditan *template mock-up*, *PhotoStudio*, dan adanya rekomendasi vendor percetakan. Kemudian, terdapat beberapa masukan mengenai fitur dan navigasi selain kesalahan minor yang ada adalah dapat ditingkatkan mengenai *flow* setelah pengeditan, diberi opsi *save* dibandingkan langsung *export*. Selain itu, perihal *guide* dalam pengeditan *mock-up* dibuat bertahap agar tidak *all over the place*. Terdapat saran yang dapat dipertimbangkan dalam pembuatan UI ke depannya untuk memiliki tema warna yang lebih beragam dibanding hanya 3 warna.

Tabel 4.11 *Beta Testing – Visual & Design 1*

<b>Visual dan Branding pada website sudah sesuai dengan ekspektasi saya</b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	91,3%	21

Setuju	8,7%	2
Kurang Setuju	0%	0

Bagian kedua terdapat pernyataan mengenai segi visual dan desain yang berkaitan dengan *branding* dalam *website* Cosmosize. Mayoritas responden telah setuju bahwa visual dan *branding* sudah sesuai. Selain itu, terdapat pernyataan mengenai tipografi pada *website* yang mudah untuk dibaca disetujui oleh 22 responden. Kemudian, pernyataan mengenai tampilan dan *layout website* sudah menarik disetujui oleh 23 responden. Dengan itu, keselarasan tampilan dari Cosmosize sudah terlihat.

Tabel 4.12 Beta Testing – Visual & Design 2

<b>Visual dari website sudah merepresentasikan website <i>mock-up</i> yang dikhususkan untuk <i>merchandising</i></b>		
Pilihan	Persentase (%)	Jumlah Responden
Sangat Setuju	78,3%	18
Setuju	17,4%	4
Kurang Setuju	4,3%	1

Cosmosize telah dinyatakan merepresentasikan *website mock-up* untuk *merchandising* dengan 22 responden yang setuju. Kemudian, logo dan maskot Cosmy sudah dinyatakan dapat menyampaikan identitas Cosmosize yang disetujui oleh 22 responden, dengan 20 responden yang menjawab sangat setuju dan 2 yang setuju. Selain itu, para responden telah memiliki perasaan yang positif terhadap maskot maupun warna yang digunakan dalam Cosmosize. Hasil dari *beta testing* dinyatakan sesuai dengan ekspektasi dan para responden membantu memperlihatkan kekurangan yang ada dalam *website* untuk dilakukan revisi sebelum *Demo Day* untuk melakukan *alpha testing*.

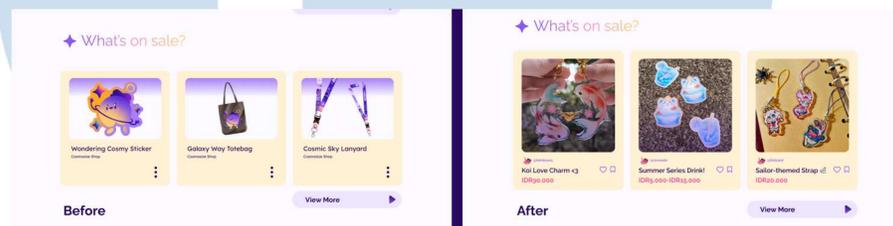
#### 4.5.3 Revisi *Testing*

Proses revisi dari hasil *beta testing* dilakukan dalam 4 hari menuju *Demo Day* yang berisikan revisi mayor. Revisi difokuskan pada segi kelancaran fitur dan *user experience*, serta kesalahan minor yang terlewatkan. Selain itu,

terdapat tambahan fitur pada *Creative Community* dengan merealisasikan proses *upload post*. Berikut merupakan beberapa revisi yang dilakukan:

#### A. *Showcase Merchandise*

*Showcase merchandise* dimaksudkan dengan ditambahkan contoh dengan produk *merchandise* lain selain Cosmy yang banyak dijadikan contoh untuk dijadikan *mock-up*. Contoh produk *merchandise* diambil dari desain yang dimiliki penulis dan tim. Sebelumnya, tidak hanya melalui hasil *feedback*, namun menurut *dedicated mentor* telah disebutkan untuk memberikan contoh produk lainnya.

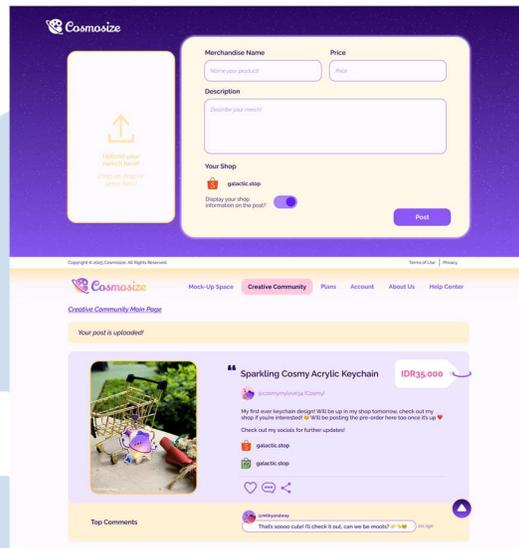


Gambar 4.39 Revisi *Showcase Merchandise*

Tidak hanya pada perubahan foto produk, namun ditambahkan nama *user* yang mengunggah dan harga produk. Sebelumnya, fitur Promosi belum berjalan dan hanya menjadi *placeholder* sehingga digunakan sebagai tempat *showcase* produk *merchandise* lainnya. Selain itu, terdapat pemberian *like* dan *wishlist* untuk menyimpan ketika ingin membeli nantinya.

#### B. Fitur *Promote*

Fitur *promote* terdapat pada halaman *Creative Community* dengan tujuan untuk melakukan promosi terhadap produk *merchandise* yang ingin dijual. Fitur mencakup proses pengunggahan produk agar dapat masuk ke daftar *Promotions*. Pengunggahan foto produk difokuskan dengan menggunakan hasil foto dari *PhotoStudio*.



Gambar 4.40 Revisi Fitur *Promote*

Proses pengunggahan melibatkan foto produk, nama produk, harga, deskripsi, dan toko yang dimiliki pengguna. Saat *post* sudah terunggah, pengguna dapat berinteraksi dengan memberi *like* atau *comment*. Untuk prototipe ini, dilakukan sebatas satu *reply* dalam fitur *comment*-nya.

### C. *Back Button & Opsi Save*

Dalam *editing screen*, awalnya hanya diberikan opsi *export* ketika sudah mengedit *mock-up*. Pengguna yang melalui *beta test* merasa diperlukan opsi untuk kembali ke layar edit setelah melakukan *export*. Dengan itu, diberikan *button* “*Back to Edit*” dalam *pop-up window* selesai *export* dan opsi *save* ketika belum menginginkan *export*.

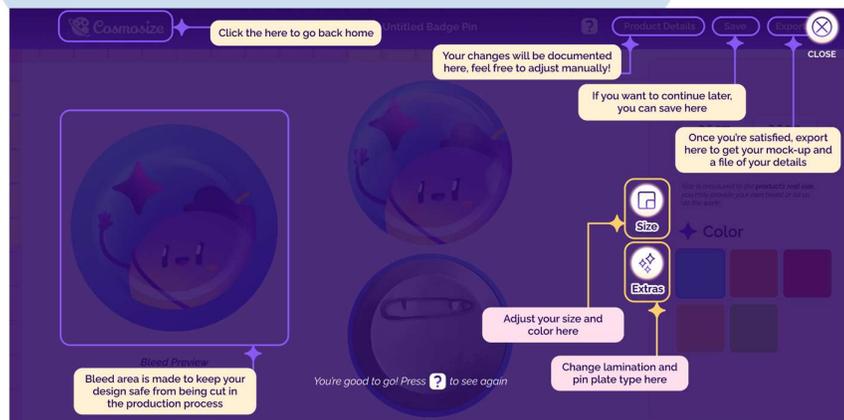


Gambar 4.41 Revisi Kembali ke Layar Edit

Terdapat pertimbangan apakah opsi *save* akan membawa ke layar edit kembali atau keluar dari layar edit. Dengan pertimbangan menurut *feedback user*, mereka menginginkan untuk dapat kembali mengedit walaupun sudah selesai. Maka, opsi *save* dalam prototipe hanya akan menunjukkan *pop-up* konfirmasi untuk menyimpan dan kembali mengedit.

#### D. Step-by-step Guide

*Guide* terdapat dalam setiap layar edit produk *mock-up*, masing-masing berbeda dengan produk yang berbeda. Awalnya, *guide* diberikan secara langsung semuanya, namun *user* berpendapat bahwa hal tersebut menjadi *all over the place* dan menimbulkan *visual stress*. Selain itu, terdapat *user* kebingungan akan letak *button X* atau tutup.



Gambar 4.42 Revisi *Guide*

Revisi yang diberikan pada hasil *beta test* adalah *guide* ditambahkan *delay* selama 2 detik (2000 ms). Maka, *guide* dijadikan bertahap dan *user* mengetahui untuk memulai darimana. Selain itu, *button X* diberikan indikator “*CLOSE*” untuk memperjelas fungsi *button*.

#### E. Revisi Minor

Revisi minor yang dilakukan adalah pada segi *alignment* komponen yang tidak disengaja. Kemudian, adanya penggunaan warna *pink* dalam *button* yang memberi *user* kesan warna merah yang umumnya

menandakan ada kesalahan sehingga diubah menjadi kuning. Selanjutnya, terdapat permasalahan besar kecilnya elemen dalam *website*. Selain itu, adanya *feedback* terkait besarnya *header* dan *footer* sehingga diperkecil.

Terdapat *feedback* yang tidak diterapkan dengan seikitnya waktu yang tersisa yaitu perihal palet warna dan *white space*. *User* berpendapat bahwa baik untuk memiliki warna yang lebih beragam agar tidak monokromatik. Saran tersebut tidak dapat diterapkan karena *brand* Cosmosize telah memiliki 3 warna utama dan mayoritas *website* telah menggunakan warna tersebut.

Selain itu, permasalahan *white space* adalah bahwa elemen *website* dinyatakan terlalu besar dan memakan banyak ruang. *User* menyatakan bahwa layar sangat penuh sehingga memerlukan *white space* yang lebih banyak. Saran tersebut baik untuk diterapkan, namun tidak dapat diterapkan pada prototipe sekarang dengan sudah adanya *grid column* yang ditetapkan lebarnya dan keseluruhan *website* sudah memiliki ukuran bentuk yang konsisten. Jika diubah, maka akan memakan banyak waktu sedangkan perlu mempersiapkan untuk *Demo Day*. Maka, saran dijadikan pelajaran selanjutnya untuk membuat *layout* yang lebih kecil dan nyaman dilihat.

Revisi pada *alpha testing* dilakukan hanya dalam sehari setelah *Demo Day* selesai untuk menyesuaikan waktu yang tersediakan. Revisi merupakan perubahan minor mencakup dari perubahan ukuran *button*, menambahkan indikator dan notifikasi, dan mengubah *guide* menjadi *click* untuk *next*. Terdapat perubahan urutan dalam urutan bar navigasi dimana *Account* dijadikan sebuah *icon* dan diletakkan setelah *Help Center*.



Gambar 4.43 Revisi Navigasi Bar

Perubahan dilakukan dengan pertimbangan bahwa *Account* umumnya ditemukan di bagian kanan bar navigasi. Selain itu, terdapat *feedback* yang

menyarankan bahwa *Help Center* lebih baik dijadikan *floating button*, namun saran tersebut tidak diterapkan untuk meminimalisir *clutter website* dan sudah ada *back to top button*. Selain itu, terdapat *feedback* mengenai pemberian *badge* pada *comment* sebagai bentuk *achievement*. Namun, hal tersebut tidak diterapkan karena Cosmosize tidak memiliki sistem *achievement*, melainkan diberikan *badge* untuk menandakan pengguna baru mendaftar. Adanya *feedback* yang menyatakan bahwa *website* terlihat menjadi *website vendor merchandise* ketimbang *website mock-up* sehingga tampilan *website* perlu diperiksa kembali fitur apa yang memberi kesan tersebut.

#### 4.6 Kendala yang Ditemukan

Dalam proses perancangan Cosmosize, terdapat beberapa kendala yang dialami selama MBKM Kewirausahaan, penulis mengalami kendala sebagai berikut:

1. Dengan bisnis yang dikembangkan oleh penulis dan memiliki pasar yang *niche*, terdapat kesulitan dalam menemukan narasumber serta responden survei sehingga memerlukan banyak waktu untuk mendapatkan hasil yang jenuh.
2. Dengan latar belakang yang kurang mengerti perhitungan dana, penulis dan tim merasa kesulitan dalam perhitungan analisis kelayakan usaha yang melibatkan perhitungan BEP, HPP, dan menentukan harga jual dari produk Cosmosize.
3. Keterbatasan dari penggunaan *software* dan tidak memiliki seorang IT untuk melakukan *coding*, dimana dalam membangun *flow* tidak bisa dilakukan dengan leluasa dan alhasil tindakan pengguna tidak tersimpan selama proses percobaan.

#### 4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan kendala yang telah dijabarkan, maka penulis dan tim menemukan solusi yang dapat meringankan kendala yang sedang dialami. Solusi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Dalam pencarian data, penulis dan tim menyebarkan survei melalui media sosial dimana mayoritas pasar berada dan dalam 3 hari sekali periode pencarian data dibagikan untuk mendapatkan responden yang dibutuhkan.
2. Dalam perhitungan dana, penulis dan tim melakukan bimbingan dengan *supervisor* dan *dedicated mentor* yang mengarahkan dalam perhitungan BEP, serta membantu untuk memahami rumus-rumus bagaimana mendapatkan *margin* keuntungan dan juga perihal *variable cost*, *fixed cost*, dan HPP.
3. Dalam perancangan *website*, *flow* tetap dikembangkan sesuai *user flow* yang ada, namun tindakan oleh pengguna tetap tidak tersimpan. Pada saat *testing*, diberikan *notice* mengenai pelaksanaan prototipe, bahwa tindakan yang dilakukan tidak akan tersimpan. Selain itu, dengan menimbang masih berada dalam tahap prototipe, realisasi *website* Cosmosize belum sampai tahap dapat digunakan secara independen.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Pasar seni telah berkembang dengan adanya banyak penjualan *custom merchandising* dalam berbagai *art market* tersebar di Jawa dan Bali. Popularitas *merchandise* didukung dengan adanya sebuah *trend* mengenai koleksi *merchandise* yang digunakan untuk menghias barang-barang dan menjadikan lebih *personalized*. Dengan permintaan tinggi akan adanya *merchandise*, maka produksi oleh para kreator berkembang. Namun, proses produksi *merchandise* diketahui memiliki waktu yang lama dan tahap yang panjang, dari proses mendesain, pembuatan *mock-up*, dan komunikasi dengan vendor. Ditemukan belum ada platform yang memfasilitasi *template mock-up*, khusus untuk *merchandise*. Dengan tujuan untuk membantu para kreator dalam memproduksi produk *merchandise*, Cosmosize hadir untuk meringankan proses produksi dengan pembuatan *mock-up* yang cepat, penyajian data terperinci terkait produk *merchandise*, dan dapat menjadi perantara dengan vendor percetakan.

Perancangan *website* Cosmosize dimulai dengan riset pasar dan memperdalam pemahaman mengenai permasalahan yang ada. Dengan mengetahui hasil riset pasar, target pasar dapat ditentukan dengan pembuatan *market persona*. Dalam perancangan prototipe *website*, dapat dilakukan ketika *branding* dari Cosmosize telah cukup final, maka dimulai dengan perancangan UX yang meliputi pembuatan *information architecture* dan *user flow*. Kemudian, sketsa *wireframe*, dan perancangan tampilan komponen dan *icon* dilakukan. Tahap *high fidelity* dirancang bersamaan dengan *prototyping* yang disesuaikan dengan *user flow* yang telah dibuat.

Prototipe *website* dilakukan uji coba melalui *beta testing* dan *alpha testing*, mendapatkan hasil yang positif dan *feedback* yang bermanfaat. *Feedback* yang didapatkan mengenai navigasi dan fitur dinyatakan memuaskan para

responden, namun masih terdapat sedikit kesalahan minor yang ditemukan. Selain itu, visual dan *branding* sudah terlihat dan konsisten dalam penggunaan warna dan maskot Cosmosize. Dengan itu, prototipe *website* mendapatkan *feedback* yang cukup baik walaupun masih memerlukan perkembangan.

## 5.2 Saran

Perancangan *website* Cosmosize yang telah dilalui memberi banyak pelajaran selama MBKM *Cluster* Kewirausahaan, berikut merupakan saran yang penulis dapat berikan bagi peneliti yang ingin mengambil topik yang serupa:

1. Saran Teoretis
  - a. Perancangan diharapkan dapat membantu dan menjadi referensi dalam pengembangan *user interface* dan *user experience*, khususnya pada *website*.
  - b. Dalam mengembangkan usaha yang berkaitan dengan industri seni atau pasar yang termasuk *niche*, pencarian data dapat dipersiapkan lebih awal agar waktu tidak habis dalam melakukan riset pasar dan proses pengembangan dapat berjalan lebih cepat.
2. Saran Praktis
  - a. Sebagai desainer UI/UX atau memegang tanggung jawab atas perancangan prototipe, sebaiknya memiliki pengaturan waktu agar perancangan prototipe dapat memiliki semua fitur yang dibutuhkan.
  - b. Dalam proses perancangan, baik untuk mendokumentasikan progres perancangan agar dapat terlampirkan dalam laporan, baik membuat file duplikat sebelum melakukan revisi atau menyimpannya dalam bentuk foto.
  - c. Perihal *user testing*, sebaiknya dilakukan dengan memperhatikan waktu penyelesaian prototipe agar dapat dibagikan secara langsung untuk melakukan *user testing* dan tidak dekat-dekat pengumpulan untuk Evaluasi 2.
  - d. Universitas diharapkan dapat terus mengembangkan Program MBKM, khususnya *Cluster* Kewirausahaan. Untuk Kewirausahaan, diharapkan

dapat memberikan seminar dalam perihal perhitungan kelayakan usaha bagi mahasiswa jurusan non-Manajemen.

- e. Dalam perihal bimbingan dengan *advisor* maupun *supervisor* dapat diperhatikan agar memenuhi kuota yang dibutuhkan dan rutin mengisi *daily task*, mengikuti *timeline* yang telah disediakan.

Adapun beberapa saran revisi yang diberikan setelah melalui Sidang MBKM *Cluster* Kewirausahaan mengenai teknis perancangan untuk ke depannya. Berikut merupakan kumpulan saran yang dapat dilakukan untuk perancangan selanjutnya:

1. Dalam perancangan prototipe *website*, sebaiknya menggunakan *responsive layout grid* agar *website* aplikatif baik dalam posisi *portrait* maupun *landscape*. Menggunakan sistem *column grid*, terdapat rumus perhitungan dalam menentukan jumlah kolom. Dimulai dengan menyesuaikan dari komponen terkecil dalam *website* yang akan menjadi dasar perhitungan. *Width* akan dihitung sebesar 10% dari lebar layar, sedangkan *gutter* akan dihitung sebesar 10% dari lebar *width*. Dengan itu, *website* Cosmosize sebaiknya memiliki 15 kolom dibandingkan 18 kolom. Namun, untuk perancangan ke depannya, sebaiknya jumlah kolom berkelipatan 2 agar *grid* dapat menjadi *responsive layout grid*.
2. Dalam perancangan *icon*, sebaiknya lebih spesifik dalam penggunaan *grid icon guideline* apa dan menyesuaikan dengan perangkat yang dirancang. Baik mendesain UI menggunakan Material Design menurut Google atau Metro UI menurut Microsoft.

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