

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Perancangan media informasi sebagai panduan kuliner ini ditargetkan pada anak muda sebagai pengunjung mayoritas di kawasan Blok M. Berikut merupakan kriteria subjek perancangan tersebut:

- 1) Demografis
  - a. Jenis Kelamin: Pria dan wanita
  - b. Usia: 18 – 25 tahun

Generasi Z menurut Dadic et al. (2022, h.10) adalah populasi yang lahir di pertengahan tahun 1990 hingga 2010. Jumlah Gen Z di Indonesia mencapai sekitar 74,93 juta orang atau 27,94 persen dari total populasi, menjadikannya kelompok terbesar dibanding generasi lainnya (IDN Research Institute, 2023, h.1). Hampir setengah dari Gen Z di Indonesia telah memasuki usia produktif dan memiliki penghasilan sendiri yang mengindikasikan adanya *buying power*. Target perancangan yaitu pengunjung Blok M usia 18-25 tahun termasuk dalam kategori Gen Z yang lahir di era digital. Generasi ini tumbuh setelah krisis ekonomi, menjadikan mereka *digital native* yang mampu menguasai teknologi dan memproses informasi dengan cepat (Dadic et al., 2022, h.11).

- c. Pendidikan: SMA/K, D3, S1
- d. SES: B – A (Menengah ke atas)

Data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa pemuda usia 16-30 tahun yang menamatkan pendidikan SMA/K dan perguruan tinggi umumnya berasal dari rumah tangga dengan status sosial ekonomi (SES) B dan A atau menengah ke atas. Kelompok ini memiliki daya beli yang relatif tinggi, terlihat dari rata-rata pengeluaran masyarakat DKI Jakarta untuk makanan sebesar 1.108.228 rupiah per bulan, dengan Jakarta Selatan menempati posisi tertinggi yakni 1,2 juta per bulan. Kisaran

harga makanan di Blok M, khususnya pada restoran dan kafe di Jalan Melawai, berada di rentang Rp. 30.000 – Rp.90.000 per porsi sehingga sesuai dengan kemampuan konsumsi masyarakat SES B-A. Oleh karena itu, target perancangan diarahkan pada kelompok SES B-A sebagai pengunjung utama yang paling relevan dengan konteks kuliner Blok M.

## 2) Geografis: Jabodetabek

Target pengguna dipecah menjadi target *mainstream* yaitu mereka yang berdomisili atau beraktivitas di Jakarta, dan *extremes* yaitu target yang berdomisili di Bogor, Bekasi, Depok, dan Tangerang (*Greater Jakarta*). Kawasan Blok M dinilai strategis karena didukung oleh jaringan transportasi umum yang terintegrasi, mulai dari Transjakarta dan MRT hingga Terminal Bus Blok M yang berfungsi sebagai titik transit utama di Jakarta Selatan (Immanuel & Komala, 2024, h.1612). Terminal ini tidak hanya melayani rute dalam kota, tetapi juga menghubungkan kawasan Jabodetabek melalui layanan Transjabodetabek, sementara Stasiun MRT Blok M BCA terhubung langsung dengan titik transit Dukuh Atas yang mengakses KRL dan LRT (Transjakarta, n.d.). Dengan akses langsung yang memudahkan mobilitas masyarakat Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebagai kota penyangga terdekat, serta daya beli masyarakat yang relatif tinggi di wilayah tersebut (Badan Pusat Statistika, 2024), fokus geografis perancangan ini diarahkan pada penduduk Jakarta sebagai target *mainstream* dan Jabodetabek sebagai target *extremes*.

## 3) Psikografis

- a. Gen Z yang sudah maupun belum pernah berkunjung ke kawasan Blok M.
- b. Gen Z yang suka eksplorasi kuliner bersama teman atau keluarga.
- c. Gen Z yang merasa *fear of missing out* (FOMO) dan tertarik dengan setiap hal yang *viral*.
- d. Gen Z yang sedang mencari informasi tentang kuliner di Blok M.

### **3.2 Metode dan Prosedur Perancangan**

Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* yang dipopulerkan oleh *Hasso Plattner Institute of Design* yang dikenal juga sebagai d.school. Untuk dapat mengidentifikasi masalah dan memahami kebutuhan *user*, *design thinking* memiliki lima tahapan perancangan yaitu *empathize, define, ideate, prototype*, dan *test* (d.school, 2010). Kelima langkah ini dapat dilakukan secara linear maupun paralel untuk memastikan proses perancangan yang optimal (Soegaard, 2018, h.11). Penulis menggunakan metode *Design Thinking* karena memiliki langkah-langkah yang tepat untuk perancangan media informasi interaktif yang ditujukan untuk anak muda. Tahapan *empathize* akan memperdalam perilaku target dan masalah dengan melakukan pengumpulan data kualitatif. Kemudian, penulis akan menganalisis seluruh data dan memetakan nya dalam *user persona* di tahap *define*. Dalam *ideate*, penulis akan mengembangkan ide dengan *brainstorming* hasil data dengan solusi yang tepat. Ide tersebut akan dirancang menjadi model solusi berupa *prototype* yang akan dicoba langsung oleh target dalam tahap *test* berupa *alpha* dan *beta test*. Hasil *test* tersebut akan menjadi bahan evaluasi dalam proses perbaikan *prototype* agar hasil menjadi lebih maksimal.

Dalam penelitian, penulis menggunakan metodologi kualitatif untuk mendalami suatu fenomena yang terjadi dalam masyarakat (Creswell & Creswell, 2023, h.5). Pengalaman eksplorasi dan kuliner di Blok M memerlukan penjelasan yang lebih kompleks daripada angka statistik yang hanya dapat dilakukan dengan metode pengumpulan data kualitatif. Untuk mendapatkan data tersebut, penulis melakukan serangkaian pengumpulan data yaitu observasi, *focus group discussions*, studi dokumentasi, studi eksisting, serta studi referensi dari penelitian dan dokumentasi relevan lainnya. Sebelum mengumpulkan data kualitatif, penulis melakukan *purposive sampling* yaitu memilih partisipan berdasarkan dengan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian (Creswell & Creswell, 2023, h.229). Dalam penelitian ini, penulis memilih anak muda yang masuk dalam rentang usia 18 – 25 tahun dan sudah pernah ke Blok M untuk menjadi sampel. Dengan itu, hasil data yang diperoleh menjadi lebih relevan dengan permasalahan dan pertanyaan penelitian terkait media informasi untuk wisata kuliner kawasan

Blok M yang ditujukan untuk anak muda. Hasil pengumpulan data akan disajikan secara deskriptif yang kemudian di analisis berdasarkan pola dan tema. Hal ini dilakukan dengan proses triangulasi data dengan berbagai sumber lainnya untuk mendukung kesimpulan dari analisis data tersebut (Creswell & Creswell, 2023, h.227, 243). Langkah-langkah penelitian ini dipetakan dalam metode *Design Thinking* secara rinci pada bagian berikutnya.

### **3.2.1 *Empathize***

Dalam panduan *design thinking* oleh d.school (2010), langkah ini dilakukan untuk memahami konteks masalah secara menyeluruh agar perancangan desain dilandasi oleh *insight* tersebut. Para tahapan ini, penulis melakukan proses *empathize* dengan pengumpulan data berupa observasi, *focus group discussion*, studi referensi, literatur, dan eksisting. Observasi dilakukan untuk mengerti berbagai masalah terkait *decision making* tempat kuliner pengunjung Blok M. Hal ini dilakukan dengan mengamati berbagai komentar pengunjung di media sosial serta melakukan wawancara insidental dengan pengunjung saat melakukan observasi lapangan. Sementara itu, *focus group discussion* dilakukan dengan pengunjung Blok M yang sesuai dengan kriteria target perancangan untuk mengetahui lebih dalam tentang masalah lapangan serta pandangan anak muda terhadap media panduan kuliner Blok M secara keseluruhan. Kemudian, penulis melakukan studi dokumentasi terhadap video dan buku untuk melengkapi konteks sejarah serta perkembangan kuliner di Blok M. Selain itu, studi referensi dan eksisting juga dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai gaya visual serta wawasan desain UI dalam berbagai media desain wisata kuliner yang dapat diimplementasikan di perancangan ini. Pada tahap ini, penulis juga menentukan *brand mandatory* yaitu Feastin' Indonesia sebagai penggagas aplikasi, sekaligus memberikan nilai kredibilitas informasi. Dengan data tersebut, penulis dapat lebih akurat membuat kesimpulan masalah dan merencanakan solusi yang tepat.

### **3.2.2 *Define***

Pada tahap *define*, penulis menganalisis data observasi, FGD, studi dokumentasi, studi eksisting serta referensi yang telah dikumpulkan

sebelumnya. Kemudian, analisis tersebut akan dirumuskan menjadi *user persona* dan *user journey* untuk merumuskan karakteristik pengguna dan proses penggunaan aplikasi secara jelas. Setelah itu, penulis juga akan menyusun *information architecture* dan *flowchart* sebagai draf konten dan informasi yang ingin disajikan dalam perancangan. Dengan demikian, arah dan tujuan dari penelitian ini menjadi lebih jelas dan membantu penulis merancang panduan yang efektif bagi pengunjung Blok M yang hendak berkuliner.

### **3.2.3 Ideate**

Tahap *ideate* dimulai dengan memahami seluruh data yang sudah ada, kemudian membuat konsep perancangan berdasarkan wawasan yang didapatkan. Proses ini dilakukan dengan *brainstorming* lewat pembuatan *mindmapping* untuk menemukan *big idea*, *tone of voice* dan konsep. Ide ini akan diterjemahkan dalam bentuk visual sebagai panduan perancangan yaitu lewat *stylescape* dan *moodboard*. Nama dan identitas dari aplikasi juga akan dirumuskan pada tahap ini.

### **3.2.4 Prototype**

Pada tahap prototipe, penulis melakukan visualisasi produk akhir perancangan. Dengan panduan *stylescape*, *moodboard* dan *big idea*, penulis akan membuat prototipe dalam bentuk *wireframe* terlebih dahulu. Dimulai dari sketsa awal *user interface* kemudian dilanjutkan dalam tampilan *low-fidelity*, *high-fidelity*, sampai pada prototipe dengan animasi yang siap di uji coba. Prototipe tahap awal ini akan diuji secara internal, kemudian memasuki proses iterasi sebelum masuk ke tahap pengujian langsung kepada target pengguna. Tahap *prototype* berjalan secara paralel dengan tahap *test* untuk memastikan perancangan media informasi sesuai dengan rencana dan kebutuhan *user*.

### **3.2.5 Test**

Setelah membuat *wireframe* dan *prototype* yang siap di coba, penulis akan melakukan tahap *test* berupa *alpha* dan *beta test*. Pada kedua *test*, penulis akan mengujicobakan fitur utama dari prototipe untuk mendapatkan evaluasi terkait *look and feel*, desain UI/UX, serta relevansi konten bagi target uji coba. *Alpha test* akan dilakukan pada *Prototype Day* yang diselenggarakan DKV

UMN dan terbuka bagi semua mahasiswa dan dosen UMN. Setelah itu, penulis akan melakukan perbaikan dan pengembangan kembali *prototype* sebelum masuk pada tahap *beta test* yaitu uji coba dengan target perancangan. Hasil *prototype* yang sudah tuntas, akan diujicobakan kepada anak muda usia 18-25 tahun yang sudah pernah maupun belum pernah ke Blok M. Setelah itu, penulis akan kembali mengembangkan aplikasi sesuai dengan masukan dan hasil evaluasi dari semua *test*.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Teknik yang digunakan pada perancangan ini berupa observasi, wawancara, dan *focus group discussions* untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku pengunjung saat wisata kuliner di Blok M. Daerah Blok M merupakan tujuan andalan anak muda yang kerap ingin berkelana dan berwisata kuliner. Sebagai *spot* yang ramai di datangi berbagai kalangan dari mancanegara maupun internasional, Blok M belum memiliki sistem informasi turisme yang mapan terutama untuk destinasi kuliner mereka yang sangat banyak. Hal ini dapat menimbulkan hambatan pada perjalanan pengunjung dan berdampak pada daya tarik Blok M sebagai destinasi wisata kuliner (Wasino et al., 2022). Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan *insight* dari para pengunjung saat berkelana di Blok M dan perilaku mereka terhadap media informasi digital sebagai anak muda, sehingga perancangan dapat tepat guna dan efektif bagi target.

#### **3.3.1 Observasi**

Dalam penelitian kualitatif, observasi merupakan aktivitas pencatatan perilaku, aktivitas, dan karakteristik subjek observasi di lapangan (Creswell & Creswell, 2023, h.229). Observasi kualitatif dapat bersifat partisipatif, di mana peneliti mengambil bagian dalam kegiatan yang sedang di observasi, atau non-partisipatif yaitu kegiatan mengamati saja (h.230). Pada penelitian ini, penulis akan melakukan observasi lapangan di Blok M dan pengamatan non-partisipatif dengan observasi sosial media.

### **3.3.1.1 Observasi Non-Partisipatif**

Dalam pengamatan non-partisipasi, penulis mengamati ulasan pengalaman pengunjung Blok M yang disampaikan lewat media sosial dan forum internet. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui keluhan dan pendapat pengunjung, apakah mereka merasakan kebingungan, hambatan dalam perjalanan, dan opini tentang wisata kuliner di Blok M. Pengamatan akan dilakukan pada beberapa media sosial seperti Twitter (X), Instagram, dan TikTok. Lewat pendekatan ini, penulis mendapatkan konteks meluas dan dapat merumuskan masalah yang dihadapi pengunjung.

Penulis juga melakukan observasi terhadap perubahan bisnis kuliner di Jalan Melawai, Blok M dari tahun ke tahun untuk memahami dinamika *tenant* di kawasan tersebut. Lewat observasi ini, penulis dapat melihat pola bisnis kuliner serta bagaimana kondisi sosial ekonomi dapat mempengaruhi perputarannya. Analisis ini berguna untuk mengidentifikasi masalah informasi yang dapat muncul dari siklus *tenant* di Blok M, sehingga perancangan dapat lebih adaptif dengan kebutuhan pengunjung dan mendukung keberlangsungan usaha kuliner lokal.

### **3.3.2.1 Observasi Partisipatif**

Selain itu, penulis juga melakukan observasi partisipatif di berbagai titik Jalan Melawai. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui *foot traffic* dan jam ramai pengunjung di berbagai titik kuliner Blok M, serta wawancara khusus dengan pekerja sekitar Blok M bila memungkinkan. Ruang lingkup observasi lapangan adalah Jalan Melawai 1-9 dan Jalan Sultan Hasanuddin Dalam yang diramaikan dengan berbagai *tenant*. Untuk mempermudah penulis, berikut adalah perencanaan rute dan indikator observasi yang akan dianalisis oleh penulis.

Tabel 3.1 Indikator Observasi

Indikator	Keterangan
<i>Foot traffic</i>	Intensitas jumlah orang yang lewat di titik A, B, C, D, E <ul style="list-style-type: none"><li>• Sangat Rendah</li><li>• Rendah</li><li>• Sedang</li></ul>

Indikator		Keterangan
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tinggi</li> <li>• Sangat Tinggi</li> </ul>
	Apakah pengunjung berhenti di <i>tenant</i> sekitar atau lewat saja?	Berhenti / lewat
	Di <i>tenant</i> apa saja yang lebih banyak dikunjungi di titik tersebut?	
Tipe audiens	Pengunjung rata-rata termasuk generasi apa?	Dewasa (Gen X) / dewasa muda (Millenials & Gen Z) / Remaja (Gen Z)
	Apakah mereka mayoritas sendiri atau dalam kelompok?	Sendiri / Kelompok Teman & Pekerja / Keluarga
Jam Ramai	Dari dua sesi pengamatan pagi-siang dan sore-malam yang mana yang paling ramai?	Jam pagi-siang / sore
	Titik mana yang paling ramai di tiap rentang waktu?	Sesi pagi-siang: A/B/C/D/E Sesi sore-malam: A/B/C/D/E

Titik observasi Jalan Melawai ditetapkan pada area tikungan atau persimpangan antar jalan. Pemilihan ini dilakukan agar penulis dapat lebih mudah mengamati arus pergerakan pengunjung sekaligus membandingkan intensitas aktivitas maupun pemberhentian pengunjung di dua jalur yang berbeda. Berikut adalah tabel yang menjelaskan titik-titik observasi yang akan diamati penulis.

Tabel 3.2 Titik Observasi

Titik Observasi	
A	Jalan Sultan Hasanuddin Dalam (Depan pintu masuk Stasiun MRT dan Taman Literasi Martha Tiahahu)
B	Persimpangan Jalan Melawai 1 dan 3
C	Persimpangan Jalan Melawai 6 dan 5
D	Persimpangan Jalan Melawai 9 dan 7
E	Jalan Melawai 8

Selain observasi, penulis juga merencanakan wawancara di lapangan dengan pekerja di sekitar Blok M yang menghabiskan kesehariannya di kawasan tersebut serta pengunjung Blok M yang sesuai dengan target perancangan. Pemilihan narasumber dengan kriteria ini bertujuan agar informasi yang diperoleh relevan terkait jam ramai, karakteristik pengunjung, serta aktivitas kuliner di Blok M mereka.

Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan menyesuaikan konteks pertemuan penulis dengan latar belakang narasumber di lapangan.

### **3.3.2 Focus Group Discussions (FGD)**

Penulis melanjutkan proses pengumpulan data dengan melakukan FGD bersama partisipan yang homogen yaitu mereka yang sudah pernah berkunjung ke Blok M. Diskusi terfokus kelompok ini dilakukan dengan 5 partisipan lewat wadah Google Meet yang dilaksanakan pada Rabu, 3 September 2025. Tujuan dari FGD ini adalah untuk mengetahui berbagai persepsi kelompok terkait pengalaman kuliner mereka di Blok M, hambatan dan kesulitan apa yang dihadapi, serta pendapat partisipan tentang budaya anak muda di kawasan tersebut. Penulis juga akan mengamati sikap, karakteristik, dan dinamika antara partisipan agar dapat direpresentasikan pada perancangan. Sebagai moderator, penulis juga dapat mengetahui preferensi media informasi serta fitur apa saja yang menarik untuk dibuat dalam perancangan ini. Seluruh diskusi dalam FGD didokumentasikan dengan rekaman video dan catatan oleh penulis. Berikut adalah pertanyaan yang akan dibahas dalam kelompok:

1. Sebutkan hal pertama yang terlintas di pikiran kalian saat mendengar “Blok M”
2. Apakah Anda suka kebingungan saat kulineran di Blok M? Mengapa (jelaskan)?
3. Faktor apa yang membuat Anda malas atau tidak suka saat kulineran di Blok M? (Antrian, keramaian, *overrated*, dll)
4. Apa yang membuat Anda tetap suka kulineran di Blok M? Selain faktor kualitas makanan, apakah ada faktor lain? (Suasana, budaya, *fashion*, tongkrongan, dll)
5. Menurut Anda, apakah Blok M merupakan representasi campuran berbagai kultur dan lapisan masyarakat? (Anak skena, pekerja kantoran, keluarga, dll). Kalau ya, apa pendapat dan perasaan Anda soal itu?
6. Sebelum ke Blok M, di mana Anda biasanya mencari informasi kuliner?
7. Kalau ada media interaktif khusus Blok M yang bisa kasih rekomendasi sesuai preferensi kalian (seperti rute kuliner, *itenary niche*, fitur *drag and drop*)

*drop* untuk *planning* rute sendiri, sejarah), apakah Anda tertarik pakai? Kenapa?

8. Apakah Anda lebih memilih media berbasis *website* atau aplikasi itu fitur-fitur ini?

Setelah melakukan FGD pertama, penulis mengulang kembali masukan dan persepsi partisipan tentang Blok M dan media yang dipilih. Kemudian, penulis menentukan media *final* yang akan dirancang beserta fitur yang ditawarkan. Hasil perencanaan ini kembali ditanyakan pada sesi FGD tambahan dengan 5 partisipan yang berbeda dari FGD pertama untuk mendapatkan perspektif dan opini baru. Pada FGD tambahan yang dilaksanakan Rabu, 10 September 2025, penulis menjelaskan media aplikasi beserta dengan fitur nya, kemudian menanyakan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Anda tertarik untuk memakai aplikasi dengan fitur tersebut?
2. Fitur apa saja yang menurut Anda paling menarik dari aplikasi tersebut?
3. Apakah dengan fitur yang disediakan, Anda akan mempertahankan aplikasi dan terus memakainya?
4. Fitur-fitur tambahan apa yang dapat lebih menarik Anda untuk memakai aplikasi ini?

### 3.3.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi menurut Sugiyono (2025, h.314) adalah studi data yang dikumpulkan dari dokumentasi sejarah. Dokumen yang dipelajari dapat berupa tulisan, gambar, video, sketsa, dan lain-lain. Data dari studi ini dapat digunakan sebagai pendukung dari metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2025, h.134). Analisis dokumen juga menjadi bagian dari proses triangulasi pengumpulan data wawancara dan observasi (Creswell & Creswell, 2023, h.248). Oleh karena itu, studi dokumentasi diperlukan dalam penelitian kualitatif sebagai pelengkap dan verifikasi data yang dilakukan dalam wawancara serta observasi. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dipelajari adalah dalam bentuk video dan buku.

### **3.3.3.1 Video**

Sebagai upaya pengayaan wawasan mengenai Blok M, penulis melakukan studi dokumentasi melalui video unggahan Harian Kompas berjudul “*Blok M Menolak Mati: Kisah Pasang Surut Ikon Jakarta Menuju Pusat Kreatif ASEAN*”. Studi ini bertujuan untuk mempelajari sejarah Blok M, mulai dari awal perencanaan kota hingga perkembangannya menjadi pusat budaya dan ekonomi tingkat ASEAN. Selain itu, data tambahan terkait perkembangan Blok M juga diperoleh lewat wawancara dengan *tenant* Blok M yang ditampilkan dalam video tersebut. Studi ini dilakukan agar penulis dapat merepresentasikan sekaligus menghargai budaya yang telah lama tumbuh dan berkembang di Blok M dalam perancangan ini.

### **3.3.3.2 Buku**

Studi dokumentasi selanjutnya dilakukan dalam bentuk tulisan yaitu buku karya Kevinda Soemantri tahun 2022 yang berjudul “*Jakarta: A Dining History*”. Studi terhadap buku ini dilakukan dengan alasan yang sama, yakni sebagai data pendukung terkait sejarah dan perkembangan Blok M khususnya dari aspek kuliner yang menjadi fokus utama perancangan ini. Dalam buku tersebut, penulis mempelajari bagaimana Blok M bermula sebagai pusat berkembangnya *pop culture* Barat yang menghadirkan berbagai restoran cepat saji Amerika, hingga masakan autentik Jepang yang kemudian mempopulerkan julukan *Little Tokyo*. Wawasan yang diperoleh dari buku ini menjadi pengayaan dalam perancangan sekaligus inspirasi untuk membangun *look and feel* aplikasi kuliner Blok M.

### **3.3.4 Studi Eksisting**

Berdasarkan Creswell & Creswell (2023, h.60,71), kajian *existing* mencakup penelitian dahulu yang dijadikan landasan untuk mengidentifikasi isu dan arah pengembangan penelitian yang baru. Dalam penelitian ini, studi eksisting yang dimaksud merujuk pada perancangan terdahulu terkait panduan

kuliner di Blok M. Perancangan tersebut adalah buku panduan Feastin' dengan judul "*Food Guide: Blok M dan Sekitarnya*" yang dipublikasi tahun 2025. Media ini akan dianalisis menggunakan metode SWOT untuk memperoleh *insight* yang dapat dijadikan pertimbangan penulis dalam perancangan aplikasi kuliner Blok M serta kebarunya sebagai media alternatif.

### **3.3.5 Studi Referensi**

Studi penelitian bertujuan untuk memahami gaya visual, *copywriting*, serta desain UI/UX yang relevan bagi target pengguna anak muda. Analisis dilakukan terhadap aplikasi dengan konsep dan fitur yang serupa melalui matriks SWOT untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat menjadi inspirasi dalam proses perancangan. Aplikasi yang dijadikan acuan dalam studi ini adalah Seekeeasy, Fable, Duolingo, dan Chope.

