

STUDI PERBANDINGAN TEORI DAN PRAKTEK PROSES PERANCANGAN UI/UX di ARYANNA

Laurentia Angela¹, Erandaru²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Siwalankerto, Surabaya, Indonesia

¹ Email : laurentia.angela@gmail.com

² Email : andar@petra.ac.id

Abstrak

Internship atau kerja praktek merupakan salah satu metode pembelajaran untuk membentuk kompetensi dan mengembangkan wawasan lulusan perguruan tinggi dalam memenuhi kepuasan akan kebutuhan industri. Salah satu informasi penting terkait hal tersebut adalah memahami bagaimana teori dan keterampilan yang dipelajari di perguruan tinggi memiliki relevansi dan implementasinya di industri. PT. Inovasi Realita Nusantara (Aryanna) merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa website design & development. Perancangan UI/UX merupakan salah satu elemen penting dalam proses perancangan website di Aryanna. Riset ini bertujuan untuk melakukan analisis perbandingan antara metode perancangan UI/UX sebagaimana yang telah dipelajari dalam lingkup akademis dengan metode yang digunakan dalam lingkup industri, yang dalam hal ini sebagaimana studi kasus di Aryanna. Riset perbandingan ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Analisis perbandingan yang dilakukan ditemukan bahwa ada beberapa perbedaan dalam metode yang diajarkan dalam lingkup akademik dengan yang dipraktekkan di industri.

Kata kunci : Proses Perancangan UI/UX, Aryanna, user experience, user interface, studi perbandingan.

Abstract

Title : *Comparative Study Between Theory and Practice of UI/UX Design at Aryanna*

Internship or practice is one of the learning methods to develop competence and develop the insight of higher education graduates in meeting the satisfaction of industry needs. One of the important information related to this is understanding how theory and skills learned in higher education have relevance and implementation in industry. PT. Innovation Reality Nusantara (Aryanna) is a company engaged in website design & development services. UI/UX design is one of the important elements in the website design process at Aryanna. This research aims to conduct a comparative analysis between UI/UX design methods as studied in academia and methods used in industry, which in this case is the case study at Aryanna. This comparative research uses qualitative data analysis methods. Comparative analysis conducted that there are some differences in the methods taught in the academic sphere with those practiced in industry.

Keywords : UI/UX Design Process, Aryanna, user experience, user interface, comparative study.

Pendahuluan

Perkuliahan merupakan salah satu instansi yang memberikan bekal bagi mahasiswa untuk bisa bersaing dan berkompeten nantinya di dunia kerja. Namun, dalam prakteknya sendiri terdapat beberapa perbedaan antara teori yang diajarkan di perkuliahan dengan praktek yang sebenarnya terjadi di lapangan kerja. Salah satu cara agar mahasiswa bisa mendapatkan pengetahuan yang lebih luas mengenai praktek di dunia kerja adalah dengan mengikuti program magang. Kegiatan magang di PT. Inovasi Realita Nusantara (Aryanna) bertujuan untuk mengasah *soft skills* dan *hard skills*, untuk

mendukung proses pembelajaran, juga dilakukan studi perbandingan antara teori dan praktek proses perancangan UI/UX di Aryanna. Studi perbandingan ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan antara teori yang didapatkan di perkuliahan dan praktek yang sesungguhnya terjadi di dunia kerja, khususnya disini di perusahaan Aryanna. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan dari masing – masing teori dan praktek yang telah didapatkan melalui magang selama 6 bulan di Aryanna yang diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran dan pertimbangan cara terbaik melakukan proses perancangan UI/UX bagi mahasiswa, institusi pendidikan maupun bagi perusahaan.

Aryanna merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Augmented Reality* dan *Virtual Tour* yang berlokasi di Jl. Raya Darmo no. 56, B-9, Surabaya. Aryanna sendiri merupakan salah satu perusahaan *startup* yang bergerak di dunia *digital graphic*, *website*, dan 3D yang dirasa cocok untuk melakukan studi perbandingan teori dan praktek proses perancangan UI/UX. Selain itu, dengan melakukan magang dirasa bisa mengasah *soft skills* dan *hard skills* di Aryanna.

Rumusan Masalah

Dalam penulisan studi perbandingan yang dilakukan di Aryanna, permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbedaan penerapan teori dan praktek proses perancangan UI/UX dalam praktek kerja saat *internship* Aryanna?
2. Bagaimana dampak perbedaan penerapan teori dan praktek proses perancangan UI/UX dalam praktek kerja saat *internship* di Aryanna?

Tujuan dan Manfaat

Tujuan mengikuti *internship* adalah untuk mengetahui perbandingan antara teori yang didapatkan di kuliah dan realita praktek kerja di Pt. Inovasi Realita Nusantara. Hal ini mencakup proses perancangan UI/UX dan juga penerapannya di berbagai media. Manfaat dari studi perbandingan ini adalah agar bisa mengimplementasikan teori yang telah diajarkan di kampus dan mengetahui perbedaan antara teori dengan kendala yang terjadi di praktek kerja selama proses perancangan UI/UX dan juga penerapannya sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa, kampus dan perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif komparatif dengan pendekatan kualitatif. Metode komparatif ini digunakan untuk membanding suatu variable atau lebih, pada dua atau lebih sample yang berbeda (Sugiyono, 2010). Penelitian kualitatif komparatif ini dilakukan peneliti untuk membandingkan anatara teori dan praktek di lapangan selama melakukan magang di Aryanna.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan

juga observasi. Teknik ini lebih detailnya meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Wawancara dilakukan peneliti untuk mengumpulkan informasi mengenai data perusahaan yang dilakukan dengan mewawancarai mentor yang telah diberikan perusahaan Aryanna selama magang.
2. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan foto-foto kegiatan proses perancangan UI/UX yang dilakukan penulis selama magang di Aryanna
3. Observasi dilakukan secara langsung di Aryanna dengan mengobservasi cara kerja dan proses kerja dalam proses perancangan UI/UX

Instrumen Penelitian

Beberapa instrument untuk mendukung proses penelitian adalah antara lain:

- Laptop pribadi
- Zoom
- Handphone
- Whatsapp
- Google Drive
- Gmail

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis kualitatif ini merupakan teknik yang bersifat deskriptif dan subjektif. Teknik ini cocok digunakan untuk studi perbandingan karena bertumpu pada penjelasan, penyebab, dan alasan yang menjadi dasar topik yang sedang dianalisis (Widiawati,2021). Teknik analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis perbandingan antara teori dan praktek yang ditemukan selama melakukan magang di Aryanna.

Kajian Teori

User Interface

User Interface berasal dari kata *user* yang berarti pengguna, *interface* yang artinya antarmuka atau permukaan atau tampilan terdepan dari sebuah benda / media. *User Interface* merupakan sebuah tampilan visual dari suatu media / produk yang menjadi jembatan antara sebuah sistem dengan *user* / pengguna. *User Interface* memegang peranan penting dalam menjalin interaksi dengan *user*. Hal ini dikarenakan UI merupakan tampilan terluar yang dilihat oleh *user* ketika berinteraksi dengan sebuah

aplikasi, *website* dan media-media lain seperti sosial media, dan lain-lain.

Oleh karena itu UI perlu dibuat semenarik mungkin dan mudah untuk dipahami oleh *user*. UI sendiri terdiri dari beberapa elemen yakni *layout*, logo, *typography*, *icon*, *color palette* dan lain-lain yang bisa mendukung visual menarik. Elemen-elemen ini ditata sedemikian rupa untuk menghasilkan visual yang selaras dan menarik agar *user* ingin berinteraksi dengan media tersebut. Namun selain keindahan visual saja, UI juga harus mudah untuk digunakan *user* atau bisa disebut *user friendly*. (ICloudHost, 2021)

User Experience

User Experience berasal dari kata *user* yang artinya pengguna dan *experience* yang artinya pengalaman. *User Experience* merupakan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan suatu produk / media. *User Experience* dirancang untuk memudahkan *user* dalam mencapai keinginannya dalam berinteraksi / mencari informasi dari suatu produk / media yang didukung oleh UI yang baik pula. Selain untuk memberi kemudahan bagi *user*, UX yang baik juga harus bisa memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menarik ketika berinteraksi dengan produk / media. UX memegang peranan yang tidak kalah penting dengan UI karena dengan adanya kemudahan UX dapat meningkatkan keuntungan bisnis.

Elemen-elemen yang terdapat di UX adalah fitur, navigasi, struktur desain, konten / *copywriting*. Menurut penelitian dari Imaginovation, peran UX sangat penting untuk menjaga agar *user* tetap bertahan di sebuah produk / media. Contoh kasus disini adalah dalam sebuah *website*. Ditemukan bahwa sebanyak 79% *user* akan keluar dari sebuah *website* dan mencari produk / konten lain apabila konten dan UX yang di tampilkan tidak optimal. Lalu, menurut penelitian dari Lembaga riset *Mindtouch*, pendapatan dari *website* ESPN.com melonjak 35% setelah mereka mendengarkan keluhan dari *user* mereka dan merombak *home page* mereka. Dari sini dapat dilihat bagaimana peran penting UX dalam sebuah kesuksesan suatu *brand* / perusahaan. Ketika suatu produk / media tidak lagi membuat *user* nyaman, betah dan merasa kesulitan, *user* akan segera pergi dan mencari hal tersebut di tempat lain. (Maya, 2021)

Proses Perancangan UI/UX

Proses perancangan UI/UX merupakan tahapan – tahapan yang dilakukan suatu UI/UX *designer* dalam proses pembuatan membuat *website* atau aplikasi. Tahapan – tahapan tersebut berdasarkan teori adalah sebagai berikut:

1. User Research

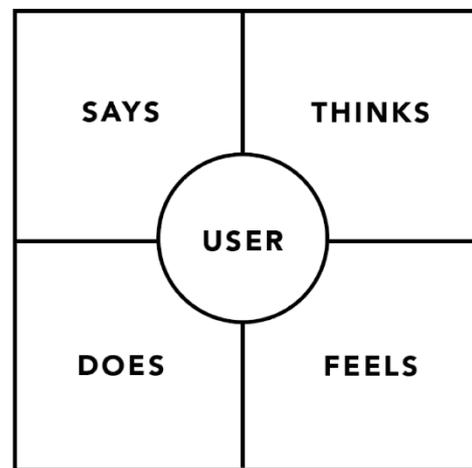
User Research merupakan tahap pertama dalam proses perancangan UI/UX. Proses ini suatu proses untuk mengetahui dan memahami permasalahan yang sedang *user* hadapi dan mencari solusi. Solusi ini lalu diwujudkan dengan sebuah produk / layanan. Dengan mengetahui permasalahan yang dialami *user* akan memudahkan proses perancangan agar dapat sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh *user*.

Metode yang dapat digunakan dalam *User Research* adalah dengan melakukan wawancara, survey atau melakukan Tes A/B. Dari hasil yang didapatkan lalu, perancang harus mengobservasi dengan menjabarkan satu persatu, memahami lalu menganalisis. Tahapan – tahapan ini dilakukan agar bisa mendapatkan solusi dan hasil terbaik. (Christopel, 2021)

2. Emphaty Map

Empahy Map adalah alat yang digunakan untuk memahami *user*. Bentuknya adalah tabel / kuadran. Terdiri dari 4 kuadran yaitu *says*, *thinks*, *does*, dan *feels*. Keunggulan tahap ini adalah bisa dilakukan tanpa melakukan wawancara, bisa menggunakan survei atau riset yang sudah ada. (Hidayati, 2020)

EMPATHY MAP



NNGROUP.COM NN/g

Sumber: Gibran,2018

Gambar 1. Tabel Emphaty Map

3. User Flow

User Flow merupakan alur yang dibuat untuk diikuti *user* ketika menggunakan aplikasi / *website*. Alur ini yang membawa *user* dari page awal hingga page terakhir yang sudah dibuat berdasarkan *user research* dan *emphaty map*. (Hidayati, 2021)

4. Wireframe

Wireframe merupakan sketsa kerangka atau layout struktur design sebuah aplikasi / *website*. Proses ini dilakukan ketika sedang melakukan *brainstorming* dalam proses perancangan dan pengembangan produk. *Wireframe* biasanya dibuat berwarna hitam putih dan berupa kerangka-kerangka yang terdiri dari *layout*, *Information Architecture* (IA), navigasi, gambar, *user flow* dan desain *interface*.

Wireframing sendiri terdiri dari dua tahap yakni *Low Fidelity Wireframe*, dan *High Fidelity Wireframe*. *Low Fidelity Wireframe* adalah sketsa paling dasar. Biasanya berbentuk sketsa kasar tanpa mementingkan ukuran. *Wireframe* ini biasanya dibuat saat pertama kali mendapat ide atau gagasan. *High Fidelity Wireframe* merupakan tipe *wireframe* yang paling detail, didesain dengan ukuran. Biasanya rencana gambar dan konten sudah disertakan di proses ini. (Jetorbit, 2021)

5. Prototype

Prototype adalah sebuah sample atau *mockup* yang dibuat untuk menguji sebuah rancangan sebelum direalisasikan dan dipublikasikan. *Prototype* dibuat untuk mengetahui potensi masalah yang akan terjadi sebelum menuju proses pengembangan. (Vandvand, 2021)

6. Usability Testing

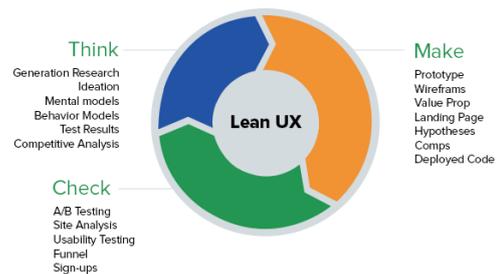
Usability Testing merupakan tahapan terakhir yang tidak boleh terlewatkan dalam proses perancangan UI/UX. *Usability Testing* adalah proses evaluasi terhadap *prototype* yang telah dirancang untuk mengetahui efisiensi dan keberhasilan rancangan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah *prototype* yang telah dirancang telah sesuai dengan kebutuhan *user*. (Arifin, 2018)

Usability Testing dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kendala yang dialami *user* ketika menggunakan *prototype*. Untuk melakukan *Usability Testing* diperlukan *goals* atau tujuan yang ingin dicapai perancang, *prototype*, partisipan yang sesuai dengan target yang ingin dituju, dan *task* yang harus diselesaikan oleh partisipan. Lalu dari seluruh hasil *testing* dibuat rangkuman *Usability Testing*. Setelah dilakukan *testing* dilakukan observasi dan analisis dari hasil rangkuman untuk mengetahui *problem* yang didapat untuk dilakukan evaluasi dan perbaikan

Metode Lean UX

Lean UX adalah sebuah metode proses perancangan UX yang lebih modern. Metode *Lean UX* digunakan bertujuan agar proses perancangan bisa dilakukan dengan cepat dan murah. *Lean UX* menggunakan konsep yang sederhana guna mendapatkan inti ide dan segera direalisasikan. Karena proses pengerjaan

yang cepat dan hemat, metode ini kerap digunakan oleh perusahaan *startup*. (Rahmalia, 2021)



Sumber : Ingrid, 2019

Gambar 2. Metode Lean UX

Sprint

Sprint merupakan sebuah metode dalam menciptakan sebuah produk dengan cara yang cepat. Metode ini dilakukan dengan diskusi tim yang nantinya gagasan akhir yang disepakati akan dibuat menjadi *final*. *Sprint* cocok dilakukan pada awal perancangan, saat proses perancangan dan pengembangan proyek terhambat atau juga terlalu lambat. Maka dari itu metode ini sering digunakan oleh perusahaan *startup*. Biasanya dilakukan untuk menghasilkan atau mendiskusikan pembuatan *user flow*.

Dalam melangsungkan *sprint* semua anggota tim wajib mengetahui permasalahan yang terjadi, dan mencari referensi atau informasi mengenai permasalahan tersebut. Lalu proses diskusi dilakukan untuk mencari solusi dari permasalahan yang sudah diinformasikan di awal. Dari hasil gagasan yang didapat dari proses diskusi dilakukan analisis pada tiap gagasan dan keputusan final gagasan yang terbaik. Tahapan terakhir dilakukan *prototyping* dan *testing*. (Choiri, 2022)



Sumber : ICloudHost, 2019

Gambar 3. Proses Metode Sprint

Brand Archetype

Brand Archetype adalah karakter yang menjelaskan identitas suatu *brand*. Menurut Carl Jung, seorang psikolog asal Swiss, manusia cenderung untuk memahami sesuatu menggunakan simbol. Oleh karena itu, ia membuat *brand archetype* yang terdiri dari 12 golongan karakter, yakni sebagai berikut:

A. Outlaw / rebel

Karakteristik *outlaw / rebel* merupakan tipe pemberontak dan ingin menjadi dan mencari solusi yang berbeda, tidak suka terkekang oleh peraturan dan ingin menjadi unik.

B. Magician

Magician merupakan tipe *brand* yang disebut sebagai pemimpi. Karakteristiknya adalah imajinatif, percaya apabila kita percaya maka hal itu akan terjadi.

C. Hero

Tipe *brand* yang percaya bahwa mereka bisa menyelesaikan semua permasalahan pelanggan. *Brand* ini memiliki karakteristik kuat, berani, dan agresif.

D. Lover

Karakteristik *brand lover* merupakan *brand* yang romantis, sensual, menarik dan menyukai kenikmatan.

E. Jester

Jester merupakan karakteristik *brand* yang lucu, suka bercanda, asik, *friendly* dan optimis.

F. Everyman

Karakteristik *everyman* adalah merangkul pelanggan sebagai manusia normal pada umumnya. *Everyman* memberi solusi dengan cara yang *friendly*, dan *humble*.

G. Caregiver

Brand caregiver merupakan *brand* yang memberikan perhatian lebih kepada pelanggan. *Brand* ini memperlihatkan sisi penyayang, perhatian, dermawan dan emosional terhadap pelanggan.

H. Ruler

Karakteristik *ruler* merupakan *brand* yang mengontrol. Tipe karakteristik *ruler* adalah suka mengontrol, maskulin, tidak suka dianggap lemah dan sangat memperlihatkan kekuatannya.

I. Creator

Creator merupakan *brand* yang berfokus pada kreativitas, ekspresif, suka eksperimen dan inovatif.

Creator suka memiliki inovasi yang belum pernah ada sebelumnya dan *out-of-the-box*.

J. Innocent

Brand Innocent menampilkan kepolosan dan baik hati. *Brand* ini tidak suka dikekang dan naif. Biasanya *brand* ini lekat dengan anak – anak dan promosi yang simpel.

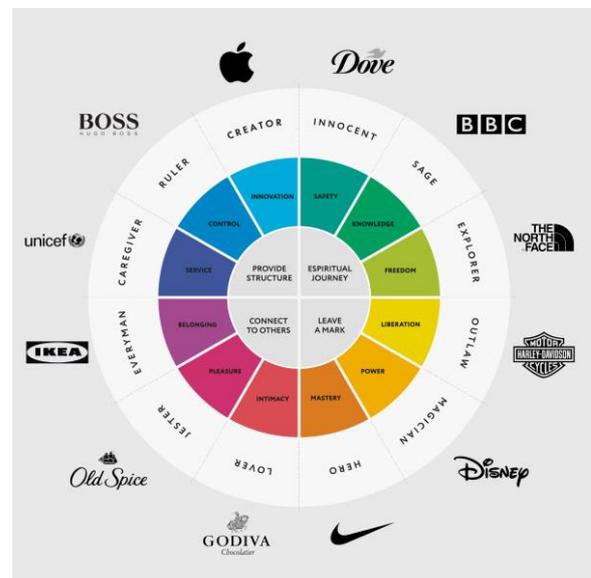
K. Sage

Sage merupakan *brand* yang bijaksana dan jujur. *Brand* ini memiliki karakteristik berwawasan luas dan suka menantang kecerdasan, tidak suka terlihat simple dan ‘bodoh’.

L. Explorer

Explorer adalah *brand* yang suka berpetualang, mandiri, bebas dan ambisius. Biasanya memperlihatkan promosi mengenai pemandangan.

Pemilihan *Brand Archetype* yang tepat bisa membantu *brand* untuk menyampaikan pesan yang lebih tepat sesuai dengan karakter pelanggan, mulai dari *moodboard*, konten, pemilihan *color palette*, pesan yang ingin disampaikan dan cara penyampaiannya, elemen grafik, dan lain-lain. *Brand Archetype* juga memudahkan desainer untuk membuat UI/UX yang *user-based*. (Patricia, 2022)



Sumber : Maidment, 2021

Gambar 4. 12 Tipe Brand Archetype

Pembahasan

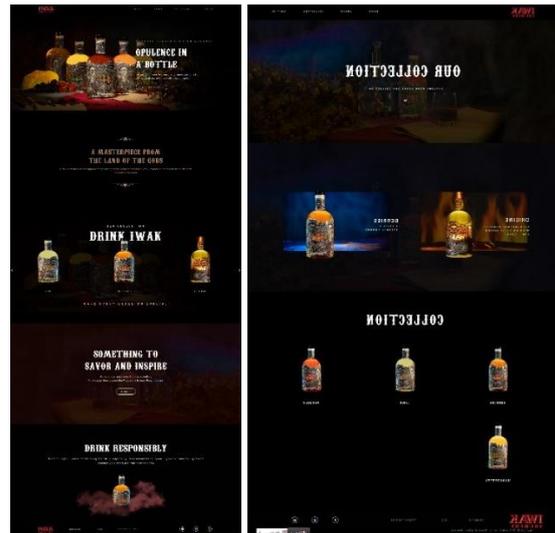
Data Proyek

Beberapa data proyek yang bisa dijadikan contoh ilustrasi proses perancangan UI/UX di Aryanna adalah sebagai berikut:

1. Website Iwak Arumery

Iwak Arumery merupakan minuman *liqueur* dari Bali yang dibuat menggunakan perpaduan metode modern dan tradisional. Iwak Arumery menggunakan berbagai macam buah dan madu untuk menambahkan rasa manis. Proses pembuatan *website* Iwak Arumery diawali dengan pemberian *brief* dan *brand knowledge*. Pada proses *briefing* ini peneliti dijelaskan mengenai garis besar *brand*, dan target market yang ingin dituju. Setelah itu, dimulailah proses perancangan pertama *brand archetype* dan *brand overview*. *Brand archetype* penting untuk dicari sebelum proses perancangan agar pesan yang ingin kita sampaikan tersalur dengan baik kepada target market yang tepat.

Setelah itu dilakukan *research* referensi dan mulai membuat *moodboard*. *Moodboard* ini di asistensikan kepada mentor, setelah disetujui peneliti memulai proses pembuatan *wireframe*. *Low Fidelity Wireframe* dibuat menggunakan aplikasi Figma. Setelah disetujui, lanjut ke dalam proses pembuatan *prototype* interaktif dan responsif. Pada proses *prototype* ini dilakukan *testing* kepada beberapa *user* yakni rekan kerja dari divisi lain. Setelah melakukan *prototyping* didapatkan beberapa masukan mengenai *Button Call-to-Action (CTA)* karena dalam *prototype* sebelumnya *Button CTA* yang ada kurang tepat penempatannya. Setelah proses *prototyping* dilakukan pengembangan *prototype* menjadi *website* menggunakan *wordpress* dengan *plugin elementor*.

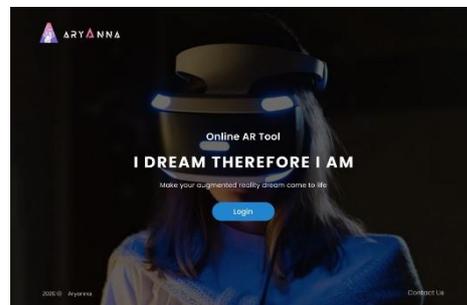


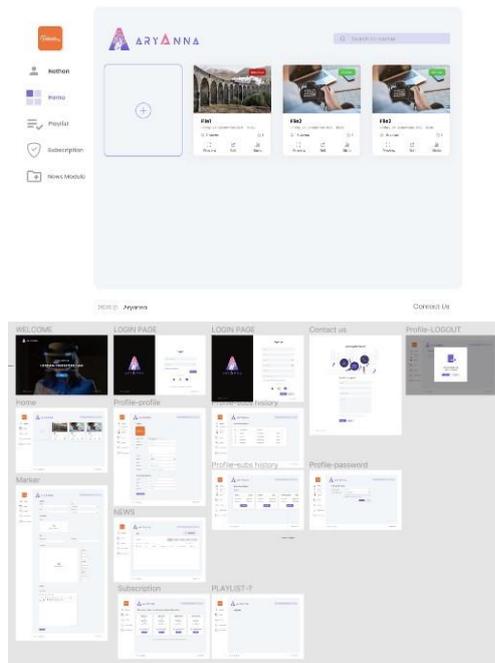
Sumber: dokumentasi pribadi

Gambar 5. Website Iwak Arumery

2. Re-design CMS Aryanna

CMS Aryanna merupakan media untuk membuat *marker Augmented Reality* Aryanna. CMS sendiri bentuknya seperti *dashboard*. Sebelumnya CMS Aryanna sudah memiliki *design* namun ada *button* dan tampilan yang ingin diganti. Proses pengerjaan *re-design* CMS Aryanna ini menggunakan aplikasi Figma. Sebelum pengerjaan, mentor memberikan *brief* mengenai garis besar tujuan dari CMS Aryanna. Lalu dilakukan analisis *brand archetype* dari Aryanna. Setelah itu dilakukan *sprint* untuk menentukan *user flow*. Untuk proyek kali ini mentor yang membuat *low-fidelity wireframe* namun dilakukan revisi terhadap beberapa *wireframe* yang sudah dibuat. Setelah *prototype* jadi, *design* didiskusikan dan dicoba oleh tim *developer*. Setelah berdiskusi dan melakukan beberapa *testing*, *developer* merasa ada beberapa kesulitan dalam proses pengembangan, yang mengharuskan tim *design* untuk merevisi beberapa fitur.





Sumber: dokumentasi pribadi

Gambar 6. CMS Aryanna

Analisis Perbandingan Teori dan Praktek

Kegiatan *internship* merupakan salah satu wadah dalam mempraktekkan teori-teori yang telah didapatkan di universitas. Setelah mengikuti magang disadari bahwa teori yang didapatkan di kampus ternyata hanya dasar-dasar dari praktek kerja yang sebenarnya terjadi di lapangan. Namun, teori yang diajarkan sangat memudahkan dalam memahami cara kerja dasar, istilah-istilah di dalam dunia UI/UX, dan memudahkan dalam menganalisis suatu situasi dan masalah dalam perancangan UI/UX.

Berdasarkan teori yang diajarkan di universitas, proses perancangan UI/UX dimulai dengan tahapan *user research*, *emphaty map*, *user flow*, *low-fidelity wireframe*, *high-fidelity wireframe*, *prototyping*, dan tahapan terakhir adalah *usability testing*. Proses perancangan ini sedikit berbeda dengan proses perancangan UI/UX yang digunakan di Aryanna. Metode yang digunakan di Aryanna menggunakan metode yang lebih cepat / ringkas.

Metode ini dinamakan metode *lean UX*. Metode *lean UX* merupakan metode perancangan yang lebih modern dan menitikberatkan pada pembuatan konsep yang sederhana. Metode ini berfokus untuk mencari cara paling cepat untuk mencapai tujuan akhir dan segera mendapatkan *feedback* dari *user*

agar bisa lebih cepat mengetahui apabila ada kesalahan sistem dan segera memperbaikinya.

Proses *Lean UX* sendiri terdiri dari 3 tahap yaitu *think*, *make* dan *check*. Dimulai dari tahapan pertama yakni tahapan *think*, pada tahapan ini di teorinya terjadi proses pencarian *user research*, *emphaty map*, dan *user flow*. Namun pada prakteknya tahapan *think* terdiri dari proses *brand overview*, *brand archetype* dan *sprint*. *User research* di Aryanna dinamakan *brand overview*.

User research dan *brand overview* sama – sama bertujuan untuk memahami target *user* yang dituju, berusaha memahami permasalahan yang sedang *user* alami dan berusaha mencari solusi bagi *user*. Pada teorinya *user research* dilakukan dengan wawancara kepada salah seorang atau kelompok target *user* yang ingin dituju. Hasil dari wawancara ini nantinya di observasi dan di analisis. Perbedaannya dengan *brand overview*, tidak dilakukan wawancara terlebih dahulu melainkan dilakukan observasi dan analisis terhadap seorang atau kelompok target *user* yang ingin dituju. Selain itu juga dilakukan observasi dan analisis terhadap riset-riset mengenai target *user* yang ada. Observasi dan analisis ini mencakup *unique selling point (USP)*, *market segmentation*, *buyer persona* yang menganalisis karakter tiap *persona* mengenai *buyers archetype*, *psycographic*, *values*, *activities*, *interest*, *opinion*, *beliefs*, *demographic*, *media*, *geographic*, *purchase intent*, dan *purchase criteria*.

Berbeda dengan *user research*, di dalam *brand overview* terdapat tahapan *brand archetype*. Tahapan ini mengelompokkan *user* kedalam beberapa kelompok karakter atau bisa disebut dengan *buyers archetype*. Penggolongan *user* kedalam kelompok-kelompok karakter ini bertujuan untuk memudahkan proses mendesain, menentukan konten, *user flow*, gambar yang tepat untuk digunakan kepada target *user*.

Perbedaan kedua yang ada dalam tahapan *think* adalah *emphaty map*. Proses *emphaty map* ini pada praktek kerjanya di Aryanna masuk ke dalam tahap *brand overview* yakni di bagian *buyers persona-opinion* dan *beliefs*. *Opinion* dan *beliefs* membahas mengenai opini dan apa yang dipercayai oleh *user* mengenai suatu hal dan mengapa *user* berpikir demikian.

Perbedaan ketiga di dalam tahapan *think* adalah proses pembuatan *user flow*. Pada praktek di Aryanna, pembuatan *user flow* dilakukan dengan metode *sprint*. Terdapat 5 tahap di dalam metode *sprint*: *understand*, *diverge*, *decide*, *prototype*, dan *validate* yang biasanya dilakukan dalam 5 hari.

Hari pertama adalah *briefing* masalah yang sedang dihadapi, dan *understand*. Tahapan *understand* dilakukan untuk menyamakan pemikiran mengenai tujuan jangka panjang dilakukan *sprint*. Lalu hari kedua, *diverge* dilakukan untuk membuat sketsa ide-ide solusi mengenai permasalahan yang sudah dibahas di hari pertama. Hari ketiga, *decide* adalah tahapan presentasi mengenai ide solusi yang sudah dibuat di hari ke dua. Dari ide-ide yang dipresentasikan dilakukan voting ide yang paling baik.

Setelah ditemukan ide yang paling baik, pada hari keempat dilakukan proses *prototyping*. Di perusahaan Aryanna proses ini diubah menjadi proses pembuatan *user flow*. Pada hari terakhir, dilakukan *validation* yaitu proses memvalidasi hasil *user flow* yang sudah digarap. Metode *sprint* ini sering digunakan oleh perusahaan *startup*.

Penggunaan metode *sprint* untuk membuat *user flow* bisa mempercepat proses pengerjaan dan memudahkan untuk mencari solusi dengan cepat dan mudah. Selain itu, dengan metode *sprint* tim bisa mendapatkan masukan dan pemikiran dari anggota tim lain.

Tahapan kedua di dalam metode *lean UX* adalah *make*. Pada tahap ini, teori yang diajarkan di universitas adalah pembuatan *low-fidelity wireframe*. Tahap ini sama dengan praktek yang terjadi di Aryanna. Setelah dilakukan *sprint* dan *user-flow* sudah ditemukan, dilakukan pembuatan *low-fidelity wireframe*. Pada teorinya setelah pembuatan *low-fidelity wireframe* dibuat *high-fidelity wireframe* lalu selanjutnya dibuat *prototype*. Perbedaan keempat adalah pada prakteknya di Aryanna, tidak dilakukan proses pembuatan *high-fidelity wireframe* namun langsung dilakukan pembuatan *prototype*. Hal ini dilakukan untuk mempercepat proses kerja, karena itu Aryanna merasa pada tahap *low-fidelity wireframe* semua struktur sudah harus benar.

Tahapan terakhir dalam metode *lean UX* adalah *check*. Setelah hasil *prototype* sudah selesai, selanjutnya dilakukan *usability testing*. *Testing* ini dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang dianalisis di tahap *think* dan *make*. Teori yang diajarkan di universitas dan praktek di Aryanna sama-sama menerapkan proses *usability testing*.

Perbedaan kelima adalah pada proses *usability testing*nya. Teorinya, *usability testing* dilakukan dengan wawancara dengan partisipan yang sesuai dengan target *user* yang didapatkan di tahap pertama yaitu *user research*. Namun, pada prakteknya *usability testing* dilakukan kepada orang-orang kantor saja yang berbeda dengan target *user* yang dituju. Hal ini menyebabkan hasil *usability testing*

kurang objektif dan tidak sesuai dengan target yang ditetapkan di *brand overview*.

Metode *lean UX* digunakan oleh Aryanna karena dirasa bisa menyelesaikan proyek dengan cepat, mengingat *deadline* yang cukup singkat. Selain menghemat waktu, dengan menggunakan metode ini perusahaan bisa menghemat pengeluaran juga. Oleh karena itu metode ini dirasa cocok untuk digunakan perusahaan-perusahaan *startup*.

Kesimpulan

Dalam kegiatan *internship* yang dilakukan di Aryanna selama 6 bulan, penulis banyak mendapatkan pembelajaran baru secara langsung baik *soft skills* maupun *hard skills*. Pembelajaran ini bisa menjadi bekal bagi mahasiswa untuk kehidupan setelah lulus kuliah dan juga dalam melakukan studi perbandingan teori dan praktek proses perancangan UI/UX. Berdasarkan pengalaman magang yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa, ditemukan bahwa adanya perbedaan proses perancangan teori yang didapat di kampus dan praktek yang ada di Aryanna.

Salah satunya ada perbedaan metode yang digunakan. Metode *lean UX* yang digunakan di Aryanna dalam proses perancangan lebih cepat dan menghemat biaya, metode seperti ini sangat cocok digunakan untuk perusahaan *startup* dengan tim kecil. Namun, dampak negative penggunaan metode *lean UX* adalah bisa terjadi ketidaktepatan karena prosesnya yang cukup cepat. Sedangkan metode yang diajarkan pada teori di kampus dirasa lebih cocok untuk perusahaan yang sudah besar dan memiliki tim yang besar. Hal ini dikarenakan prosesnya yang cukup mendetail dan membutuhkan biaya yang lebih besar. Selain itu membutuhkan waktu yang lebih panjang. Kedua metode baik teori yang telah diajarkan oleh kampus dan juga metode yang didapatkan di Aryanna sangat baik dan bisa dikatakan berhasil untuk merancang UI/UX, hanya harus dipertimbangkan dengan keadaan perusahaan dalam pemilihannya.

Namun, adanya perbedaan proses perancangan tidak membuat penulis merasa kesulitan dalam menjalani proses magang dikarenakan teori yang sudah didapat dari kampus merupakan dasar pengetahuan yang ternyata digunakan di tempat magang. Meskipun, terdapat beberapa tahap yang berbeda dan tidak diajarkan di kampus, penulis tidak merasa hal ini sebagai hambatan karena dengan adanya teori dari kampus kemampuan menganalisis sudah cukup terlatih.

Perbedaan teori dan praktek proses perancangan UI/UX yang sudah dialami sendiri membuat penulis

menjadi lebih memiliki wawasan yang lebih luas mengenai berbagai macam metode yang bisa digunakan dalam proses perancangan UI/UX.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diuraikan di atas yang didapatkan dari pengalaman selama melaksanakan *internship* Aryanna, saran yang bisa diberikan dan dirasa bermanfaat bagi yang bersangkutan, yakni:

1. Bagi Universitas Kristen Petra, khususnya program studi Desain Komunikasi Visual :
 - a) Mengajarkan berbagai metode proses perancangan UI/UX sebagai bahan pembelajaran mahasiswa.
2. Bagi Aryanna
 - a) Melakukan setiap tahapan proses perancangan UI/UX lebih tertata agar mendapatkan hasil yang sesuai target awal.
 - b) Melakukan *usability testing* kepada target market/target user, hindari melakukan *usability testing* dengan lingkungan terdekat yang berbeda dengan target yang dituju.
3. Bagi Mahasiswa yang hendak mengikuti CII
 - a) Menyiapkan bekal pengetahuan mengenai bidang yang ini digeluti sebelum melangsungkan kegiatan magang.
 - b) Memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi akan proyek yang dipercayakan perusahaan kepada mahasiswa.
 - c) Memiliki etika dan disiplin yang baik saat melakukan magang.

Daftar Pustaka

Apa itu User Interface (UI) : Pengertian, Fungsi dan Cara Kerjanya. (2020). Diakses pada Desember 11, 2021, dari <https://idcloudhost.com/apa-itu-user-interface-ui-pengertian-fungsi-dan-cara-kerjanya/>.

Arifin, Yulyani. (2018). Kenal Dekat dengan Usability Testing. Diakses pada 15 Mei 2022, dari <https://soecs.binus.ac.id/2018/08/09/kenal-dekat-dengan-usability-testing/>.

Choiri, Eril Obeit (2022, Februari 17). Design Sprint: Pengertian, Tahapan, Aturan dan Manfaatnya. Diakses pada 15 Mei 2022, dari <https://qwords.com/blog/pengertian-design-sprint/>.

Christopel, Stevanus. (2021). Kupas Tuntas User Research dan Cara Menjalankannya. Diakses pada 15 Mei 2022, dari

<https://glints.com/id/lowongan/user-research-adalah/#.YoDO7ahBw2w>.

Creswell, John W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka belajar.

Gulo (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo.

Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang : UMM Press.

Hidayati, Khairina F. (2020). Mengenal Emphaty Map Jalan Mudah Menuju Pemahaman Pengguna. Diakses pada 5 Juni 2022, dari <https://glints.com/id/lowongan/empathy-map-adalah/#.YpxepnZBw2w>.

Hidayati, Khairina F. (2021). Kenalan dengan User Flow, Fungsi serta jenis-jenisnya, Yuk!. Diakses pada 5 Juni 2022, dari <https://glints.com/id/lowongan/user-flow-adalah/#.YpxgsHZBw2w>.

ICloudHost. (2019). Mengenal Apa itu Design Sprint dan Manfaat untuk Startup. Diakses pada 4 Juni 2022, dari, <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-design-sprint-dan-manfaat-untuk-startup/>.

Inggrid, Miranda. (2019). Lean UX ft. Lean Startup & 5 Second Test. Diakses pada 4 Juni 2022, dari <https://medium.com/@mirandainggrid/lean-ux-ft-lean-startup-5-second-test-a40aad1ab0e6>.

Gibbons, Sarah. (2018). Emphaty Mapping: The First Step in Design Thinking. Diakses pada 4 Juni 2022, dari <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>.

Maidment, Adama. (2021). Brand Archetypes. Diakses pada 4 Juni 2022, dari <https://marchbranding.com/buzz/brand-archetypes/>.

Maya. (2021). Pengertian User Experience dan Panduan Lengkapnya. Diakses pada 11 Desember 2021, dari <https://informasains.com/edu/post/2020/09/cara-menulis-daftar-pustaka-dengan-benar-apa-style-6th/>.

Silvia. (2021). Pengertian User Interface, Fungsi, Cara Kerja dan Karakteristiknya. Diakses pada Desember 11, 2021, dari <https://www.jetorbit.com/blog/pengertian-user-interface-fungsi-cara-kerja-dan-karakteristiknya/>.

Team, Dewaweb. (2021). Pengertian User Experience dan Panduan Lengkapnya. Diakses pada Desember 11, 2021, dari <https://www.dewaweb.com/blog/user-experience/>.

Patricia, Elsa. (2022). Terdapat 12 Jenis Brand Archetype, Pilihlah yang Paling Cocok dengan Brand Andaagar Mampu Bersaing dengan Kompetitor. Diakses pada 4 Juni 2022, dari <https://mediaini.com/trik/2022/03/21/76014/12-brand-archetype/>.

Poerwandari, E. K. (1998). Pendekatan Kualitatif dalam penelitian psikologi. Jakarta : Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Ramilah, Nadiyah. (2021). Lean UX Konsep yang Mampu Tingkatkan Efektivitas Proses Desain. Diakses pada 15 Mei 2021, dari <https://glints.com/id/lowongan/lean-ux-adalah/#.YoCvr6hBw2w>.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Vanvand. (2021). Tutorial UI / UX : Perbedaan Wireframe, Prototype dan Mockup. Diakses pada Desember 11, 2021 dari <https://www.okeguys.com/development/uiux/perbedaan-wireframe-prototype-dan-mockup>.

Widiawati, Anna. (2021). Macam Teknik Analisis Data yang Wajib Dipahami. Diakses pada 30 Mei 2022, dari <https://penerbitbukudeepublish.com/teknik-analisis-data/>.