

Perancangan User Experience Website Pembelian Tiket Kompetisi Sepak Bola Indonesia menggunakan User Centered Design

1st Bintang Nurwahid
Fakultas Informatika
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

bintangnw@students.telkomuniversity.
ac.id

2nd Mira Kania Sabariah
Fakultas Informatika
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

mirakania@telkomuniversity.ac.id

3rd Arfive Gandhi
Fakultas Informatika
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

arfivegandhi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - Sepak bola adalah olahraga yang sangat populer di Indonesia dan di seluruh dunia. Setiap tahun, ribuan orang menonton pertandingan sepak bola baik secara langsung maupun melalui televisi. Untuk menonton langsung didalam stadion tentu saja diperlukan sebuah tiket dan dalam era digital saat ini, pembelian tiket untuk pertandingan sepak bola juga menjadi lebih mudah dengan adanya teknologi internet. Di kompetisi sepakbola Indonesia juga sudah mulai menerapkan penjualan tiket secara online, namun , pada kompetisi sepak bola di Indonesia permasalahan yang sering dialami masyarakat Indonesia ketika ingin membeli tiket nonton bola adalah tiket hanya dapat dibeli melalui website tim tuan rumah, sehingga akan sangat susah bagi supporter ketika ingin membeli tiket away (tandang) karena harus mengunjungi website yang berbeda beda disetiap pertandingan away (tandang). Dikarenakan pembelian tiket hanya dapat dilakukan di website masing masing tim hal tersebut dapat membuat proses pembelian tiket menjadi tidak efisien, rumit membingungkan dan memakan waktu yang banyak bagi pengguna karena desain yang tidak konsisten pada setiap website tim. Penelitian ini bertujuan untuk merancang pengalaman pengguna dimana semua supporter dari berbagai elemen dapat membeli tiket setiap pertandingan sepak bola kapanpun dimanapun tanpa harus berpindah pindah website. Penelitian ini menggunakan metode User Centered Design karena mempertimbangkan kebutuhan, tujuan, masukan dari pengguna. Pengambilan data yang digunakan berupa observasi, dan wawancara. Melihat antusiasme masyarakat Indonesia terhadap sepak bola dapat disimpulkan bahwa perlu untuk merancang website pembelian tiket kompetisi sepak bola Indonesia dimana semua pertandingan pada kompetisi sepak bola Indonesia dapat dibeli melalui website tersebut.

Kata kunci : user xperience, user centered design, user experience questionnaire.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sepak bola adalah olahraga yang sangat populer di Indonesia dan di seluruh dunia. Setiap tahun, ribuan orang menonton pertandingan sepak bola baik secara langsung maupun melalui televisi. Untuk menonton langsung didalam stadion tentu saja diperlukan sebuah tiket dan dalam era digital saat ini, pembelian tiket untuk pertandingan sepak bola juga menjadi lebih mudah dengan adanya teknologi internet. Pembelian tiket sepak bola secara online memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan membeli tiket secara offline di loket resmi atau melalui calo. Para penonton dapat membeli tiket tanpa harus pergi ke loket resmi atau

menemui calo, cukup dengan menggunakan smartphone atau komputer. Pembelian tiket sepak bola secara online juga menjamin keamanan transaksi karena memakai sistem pembayaran online yang aman. Selain itu, para penonton memiliki banyak pilihan tiket yang tersedia, seperti harga tiket, lokasi duduk, dan lain-lain[1]. Aksesibilitas pembelian tiket sepak bola secara online juga sangat baik, dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja selama terdapat jaringan internet yang stabil. Pembayaran secara online juga diterima oleh seluruh dunia, sehingga para penonton dari luar negeri dapat membeli tiket sepak bola di Indonesia dengan mudah. Oleh karena itu, sangat penting bagi adanya website pembelian tiket sepak bola yang memenuhi standar UI/UX untuk mempermudah proses pembelian tiket bagi para penonton dengan memenuhi persyaratan pengguna dan menciptakan produk/layanan yang sesuai dengan permintaan pengguna[2].

Namun, pada kompetisi sepak bola di Indonesia permasalahan yang sering dialami masyarakat Indonesia ketika ingin membeli tiket nonton bola adalah tiket hanya dapat dibeli melalui website tim tuan rumah, sehingga akan sangat susah bagi supporter ketika ingin membeli tiket away (tandang) karena harus mengunjungi website yang berbeda beda disetiap pertandingan away (tandang). Proses pembelian tiket melalui website tim masing-masing juga dapat menjadi tidak efisien, rumit membingungkan dan memakan waktu yang banyak bagi pengguna karena desain yang tidak konsisten pada setiap website tim. Oleh karena itu, penulis sebagai desainer UI/UX dapat memperbaiki pengalaman pengguna dalam membeli tiket, sehingga proses pembelian tiket menjadi lebih mudah, efisien, dan efektif. Efisien pada Dalam situasi ini diukur dengan kemampuan untuk mencapai hasil yang sama atau lebih baik dalam periode waktu yang lebih pendek, dan dikatakan efektif jika berhasil dalam mencapai hasil yang diharapkan, terlepas dari seberapa efisien cara itu dilakukan.

Peneliti akan menggunakan UCD untuk melakukan proses perancangan website pembelian tiket sepak bola ini karena, UCD (User-Centered Design) berfokus pada pengguna, tujuan, dan tugas. Sedangkan ACD (Activity-Centered Design) lebih pada aktivitas. GDD (Goal-Directed Design) memusatkan pada tujuan pengguna. GDD mirip dengan UCD karena mempertimbangkan tujuan yang lebih besar seperti UCD, tetapi juga mirip dengan ACD karena fokus pada tujuan pengguna. jadi diputuskan untuk menggunakan UCD karena lebih memperhatikan pengguna, konteks, dan preferensi,

sementara GDD dan ACD fokus pada tujuan dan aktivitas pengguna [3] .

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang user xperience website pembelian tiket kompetisi sepak bola Indonesia menggunakan User Centered Design?.
2. Bagaimana kualitas rancangan website pembelian tiket kompetisi sepak bola Indonesia menggunakan UserExperience Questionnaire?.

C. Topik dan Batasannya

Adapun batasan masalah dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Perancangan user xperience website pembelian tiket kompetisi sepak bola Indonesia.
2. Responden yang diuji minimal pernah menonton sepak bola secara langsung di stadion dan membeli tiket secara *online*.
3. Perancangan difokuskan untuk pengguna *supporter* dan penonton umum selaku pembeli

D. Tujuan

Berdasarkan latar belakang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menyediakan solusi untuk memperbaiki User Experience dalam proses pembelian tiket melalui website.
2. Merancang website pembelian tiket yang mudah digunakan dan memuaskan bagi pengguna.

E. Organisasi Tulisan

Penelitian ini memiliki proses yang diawali dengan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, batasan masalah dan tujuan. Dilanjutkan dengan rangkuman konsep dan teori pendukung penelitian. Pada penelitian ini, bagian utamanya terletak pada sistem yang dibangun dan evaluasi. Kemudian dibagian terakhir terdapat kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

II. STUDI TERKAIT

A. Teori-Teori Terkait

1. Kompetisi Sepak Bola

Kompetisi sepak bola adalah suatu kegiatan atau acara di mana tim sepak bola berkompetisi satu samalain dalam sebuah pertandingan atau turnamen. Kompetisi sepak bola biasanya diselenggarakan pada tingkat nasional dan internasional, dan memiliki berbagai jenis format yang berbeda seperti liga domestik, turnamen antar klub, dan Piala Dunia FIFA. Dalam kompetisi ini, tim-tim berkompetisi untuk menjadi juara dan memenangkan berbagai hadiah dan pengakuan.

Kompetisi sepak bola memainkan peran penting dalam pembangunan sepak bola dan membantu untuk menentukan standar dan tingkat permainan sepakbola. Ini juga membantu untuk mempromosikan sepak bola dan menarik minat banyak orang. Kompetisi sepak bola juga menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi pemain, tim, dan pengelola sepakbola, dan membantu untuk membantu ekonomi negara dan masyarakat salah satu pendapatan utama bagi tim adalah penjualan tiket pertandingan.

2. E-Tiket

E-ticket adalah sebuah sistem pemesanan tiket yang menggunakan teknologi elektronik. Dalam sistem ini, pengguna dapat membeli tiket untuk berbagai jenis acara salah satunya adalah sepak bola. E-tiket memiliki beberapa keunggulan dibandingkan sistem reservasi tiket tradisional. Pengguna dapat membeli tiket kapan saja, di mana saja tanpa harus mengantre atau mengunjungi loket tiket.

E-ticketing merupakan cara untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan pelanggan. E-ticketing mengurangi biaya pemrosesan tiket, menghilangkan formulir kertas, dan meningkatkan fleksibilitas bagi pelanggan [4].

3. User Xperience

User Experience (UX) adalah pengalaman pengguna selama menggunakan produk, UX memiliki cakupan yang lebih luas daripada User Interface (UI), User Xperience (UX) berfokus pada proses pembuatan produk sehingga pengguna dapat memiliki pengalaman yang sederhana. Mendapatkan UX yang baik, suatu produk harus mudah dipahami, efisien saat digunakan dan dengan mempertimbangkan aspek lain seperti estetika, kepuasan saat penggunaan, inovasi produk sebagai daya tarik pengguna [5].

Tanggungjawab perancang User Xperience (UX) adalah untuk memastikan bahwa panduan langkah demi langkah bekerja secara logis dan jelas dan memahami kebutuhan pengguna Dengan usability sebagai konsep dasar [6]. Usability sendiri memiliki beberapa komponen yang secara tradisional dikaitkan dengan limat atribut yaitu Learnability, efficiency, Memorability, Errors, Satisfaction [7].

4. User Centered Design

Memahami untuk siapa kita mendesain, apa yang mereka inginkan dan butuhkan, dan lingkungan tempat mereka menggunakan desain bukan hanya cara terbaik untuk memastikan produk yang sukses. Desain yang buruk bisa membuat frustrasi, mengintimidasi, dan dalam kasus ekstrim, mematikan [8]. Metode yang menempatkan pengguna ditengah sebagai pusat dari sebuah proses pengembangan sistem, ketika mempertimbangkan kebutuhan, tujuan, masukan dari pengguna, kenyamanan dan kepuasan pengguna saat memakai sebuah produk adalah hal yang sangat penting.

Untuk membuktikan bahwa desain akan efektif setiap keputusan desain harus dibuat dengan mengamati dan mendengarkan pengguna dan tidak didasarkan pada keinginan atau preferensi pribadi [9]. Kenapa harus menggunakan UCD adalah karena pengguna terlibat dalam satu atau lain cara, dan pengguna pada dasarnya memengaruhi desain dengan bertindak sebagai mitra dengan desainer selama proses desain [10].

B. Penelitian - Penelitian Terdahulu

1. Perancangan Program Aplikasi Pemesanan Tiket Sepak Bola

Penelitian yang dilakukan oleh Givy Devira Ramady ini membahas tentang sistem administrasi dalam pemesanan tiket pertandingan sepak bola dengan tujuan calon pembeli tiket diharapkan mendapat kemudahan dalam pemesanan maupun informasi mengenai ketersediaan tiket. Adapun ringkasan hasil dari penelitian ini adalah Aplikasi tiket sepak bola memudahkan pemilik

usaha dan calon pembeli tiket dalam memonitoring transaksi dan pemesanan tiket. Program ini memiliki nilai lebih jika dapat diakses secara online melalui mobile. Solusi yang efisien dan efektif dalam mengelola penjualan tiket dapat diberikan oleh aplikasi ini.

2. Rancangan User Centered Design Dalam Pengembangan Website Seminar

Penelitian yang dilakukan oleh Zahra Artamevia ini membahas tentang metode User Centered Design diterapkan untuk merancang website pemesanan tiket seminar. Adapun ringkasan hasil dari penelitian ini adalah sistem pemesanan tiket seminar berbasis web dapat membantu pembeli karena dapat memesan tiket seminar dimana saja dan kapan saja. Metode UCD ini mempermudah pembuatan sistem karena melibatkan pengguna.

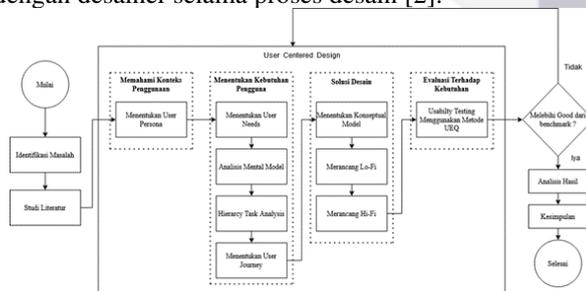
3. Perancangan Fitur E-Ticket Berbasis Mobile Dengan Menerapkan Customer Relationship management Berdasarkan Metode User Centered Design

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Oktaviani, ini membahas tentang menerapkan customer relationship untuk merancang fitur E-Tiket berdasarkan metode User Center Design. Fitur E-Tiket diharapkan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, seperti kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran dan kemudahan dalam melihat informasi. Adapun ringkasan hasil dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa fitur/layanan dalam E-Ticket dengan menggunakan konsep Customer Relationship Management (CRM) berdasarkan User Center Design (UCD) mempermudah customer atau pengguna aplikasi dalam mendapatkan informasi serta melakukan pemesanan tiket.

III. METODE PENELITIAN

A. Alur Penelitian

Semua data dan bahan penelitian yang didapat melalui observasi, wawancara dapat diolah untuk mendapat solusi desain dengan menggunakan metode User Centered Design (UCD). Kenapa harus menggunakan UCD adalah karena Pengguna terlibat dalam satu atau lain cara, dan pengguna pada dasarnya memengaruhi desain dengan bertindak sebagai mitra dengan desainer selama proses desain [2].



Gambar 3.1
Alur Penelitian UCD

1. Identifikasi Masalah

Langkah pertama pada penelitian ini adalah melakukan identifikasi masalah pengalaman pengguna ketika membeli tiket sepak bola secara online melalui website. Pada tahap ini identifikasi masalah dilakukan dengan menyebarkan kuisioner ke penggemar sepak bola

Indonesia. Setelah melakukan wawancara dilakukan wawancara untuk menggali insight yang lebih mendalam. Detail pertanyaan kuisioner dan wawancara dapat dilihat pada table 3.1 dan 3.2 di lampiran 5

2. Studi Literatur

Setelah melakukan identifikasi masalah langkah selanjutnya pada penelitian ini adalah melakukan studi literatur berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

3. Memahami Konteks Penggunaan

Dalam UCD (User-Centered Design), memahami konteks penggunaan sangat penting untuk merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Desainer perlu mempertimbangkan kondisi dan situasi di mana sistem akan digunakan serta memahami lingkungan dan tugas yang akan dilakukan pengguna[11]. Dengan memahami konteks penggunaan dengan baik, desainer dapat merancang solusi yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memenuhi tujuan bisnis[8].

4. Menentukan Kebutuhan Pengguna

untuk memastikan bahwa produk yang dirancang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Tahap ini melibatkan pengumpulan dan analisis informasi tentang pengguna, termasuk profil pengguna, tugas-tugas yang dilakukan, lingkungan penggunaan, serta masalah dan tantangan yang dihadapi[12]. Informasi dapat digunakan untuk merancang tugas dan skenario pengujian kegunaan untuk memastikan bahwa produk yang diuji memenuhi kebutuhan dan pengalaman aktual pengguna[12].

5. Solusi Desain

Setelah memahami konteks penggunaan dan sudah menentukan kebutuhan pengguna, maka proses selanjutnya yang akan dilakukan adalah membuat desain awal. Desain awal ini mencakup pemilihan konsep dan pembuatan sketsa. Hasil dari tahap ini harus didokumentasikan dengan jelas dan disediakan sebagai acuan dalam tahap selanjutnya dalam pengembangan produk[11]. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan bahwa desain produk yang dihasilkan memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna.

6. Evaluasi Terhadap Kebutuhan

Pada penelitian ini pengujian akan dilakukan menggunakan metode UEQ. UEQ memiliki reliabilitas dan validitas yang baik, sehingga menjadi alat yang berguna untuk mengukur pengalaman pengguna dengan cara yang cepat dan efisien. UEQ cocok digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pengujian ketergunaan, evaluasi produk, dan penelitian[13].

B. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini berada pada tahap Memahami konteks penggunaan. Data atau bahan penelitian didapatkan dengan menggunakan Teknik observasi, kuisioner, dan *online interview*. Observasi dilakukan peneliti ke website pembelian tiket sepak bola yang sudah ada, Kuisioner di sebarakan kepada 3 kelompok *supporter* dan penonton umum, Dan wawancara dilakukan ke 5 pengguna. Teknik wawancara dilakukan guna untuk

menggali lebih jauh pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi, sehingga data yang didapat bisa lebih spesifik ke orang yang hanya pernah menggunakan aplikasi terkait saja, kemudian berdasarkan sudut pandang dari pengguna saja, serta karena keterbatasan waktu.

2. Teknik Pengolahan Data

Semua data jawaban yang sudah diperoleh melalui observasi, kuisioner, dan wawancara diolah menggunakan User Center Design Canvas (UCDC). Dengan menggunakan metode UCD Canvas akan membantu peneliti untuk lebih memahami konteks penggunaan. UCD Canvas sendiri sudah telah digunakan untuk berbagai tujuan profesional, memfasilitasi desain situs web yang tak terhitung jumlahnya dan meningkatkan lusinan strategi pemasaran bisnis

3. Populasi dan Sampel

Populasi yang dipilih pada penelitian kali ini adalah pendukung tim besar yang di Indonesia karena merekalah yang loyal untuk mendukung tim kebangsaan baik *home* (kandang) ataupun *away* (tandang). Dan penonton umum yang memang hobi untuk menonton sepak bola secara langsung di stadion.

Sampel untuk wawancara dilakukan ke 5 orang dengan latar belakang yang berbeda beda, yang mewakili untuk pendukung tim besar dan seseorang penggemar sepak bola dan pernah menonton secara langsung di stadion.

TABEL 3.1 populasi

Poin Populasi	Keterangan
Demografi	Perempuan dan laki – laki (diutamakan laki laki) Usia 17 tahun keatas
Geografis	Negara Indonesia
Psikografis	Penggemar sepak bola dan pernah menonton langsung di stadion

TABEL 3.2 Sampel

Responden	Latar Belakang
[R1] Rijal	Usia 22 Tahun pendukung tim Persija Jakarta
[R2] Aji	Usia 24 Tahun pendukung tim Persebaya Surabaya
[R3] Jaki	Usia 23 Tahun pendukung Persib Bandung
[R4] Iwin	Usia 22 Tahun penonton umum yang suka menonton sepak bola
[R5] Dapin	Usia 22 Tahun penonton umum yang suka menonton sepak bola

IV. EVALUASI

A. Memahami Konteks Penggunaan

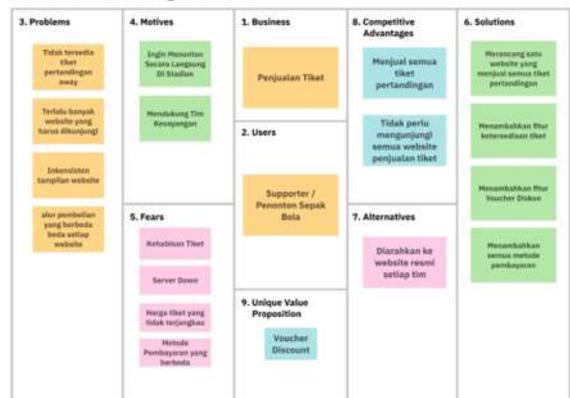
Melakukan observasi pada beberapa website pembelian tiket sepak bola yang sudah ada untuk memahami bagaimana pengguna akan menggunakan website dan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari website tersebut. Serta untuk memahami preferensi pengguna dalam memilih tempat duduk, dilakukan survei

online dengan kuisioner dan wawancara kepada penggemar sepak bola untuk mengetahui preferensi mereka dalam memilih jadwal pertandingan dan tempat duduk di stadion, seperti letak, jarak dari lapangan, dan harga tiket. Hasil kuisioner dan wawancara dapat dilihat pada table 4.1 dan 4.2 pada lampiran 5

1. UCD Canvas

Dengan menggunakan metode UCD Canvas akan membantu peneliti untuk lebih memahami konteks penggunaan. UCD Canvas sendiri sudah telah digunakan untuk berbagai tujuan profesional, memfasilitasi desain situs web yang tak terhitung jumlahnya dan meningkatkan lusinan strategi pemasaran bisnis.

User Centered Design Canvas



GAMBAR 4.1 UCDC

2. Membuat User Persona

Setelah memahami konteks penggunaan dengan menggunakan UCDC tahap selanjutnya adalah membuat user persona yang telah didapat dari responden. Tujuan dari pembuatan user persona adalah membantu peneliti mengetahui kebutuhan user, membuat konsep abstrak dari “user” menjadi orang dengan emosional dan pemikiran, merepresentasikan para user dengan tujuan dan karakteristik yang sama, serta m mengetahui user lebih dekat lagi untuk membuat experience yang lebih baik. Detail lengkap User Persona dapat dilihat pada tabel 4.3 di lampiran 5.

B. Menentukan Kebutuhan Pengguna

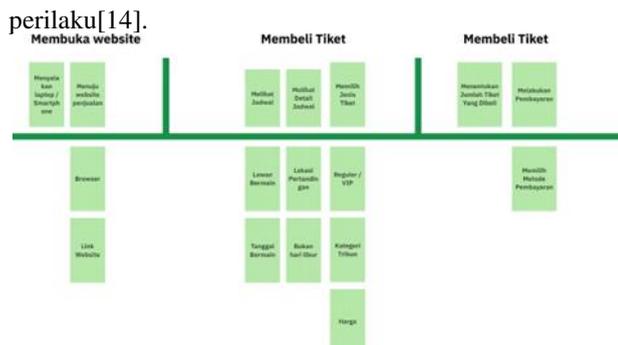
Pada tahap ini akan melakukan analisis kebutuhan berdasarkan UCD Canvas dan User Persona yang telah diidentifikasi. Setelah pain points, goals, dan needs diidentifikasi, maka langkah selanjutnya adalah menentukan *requirement*.

1. Menentukan User Needs

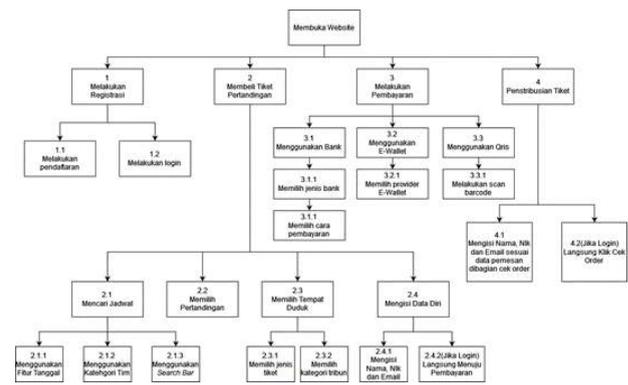
Pada tahap ini akan melakukan analisis kebutuhan berdasarkan UCD Canvas dan User Persona yang telah diidentifikasi. Detail kebutuhan pengguna dapat dilihat pada Tabel 4.4 Tabel User Requirement di Lampiran 5.

2. Membuat Mental Model

Langkah selanjutnya adalah pembuatan Mental Model. Mental Model merupakan persepsi orang tentang bagaimana sesuatu harus bekerja berdasarkan pengalaman. Mental model adalah konsep penting yang dapat diperhitungkan oleh pengalaman belajar desainer selama proses menganalisis kebutuhan dan desain. Bagian atas dari model mental adalah gambaran visual tentang bagaimana perilaku pengguna. Bagian bawah menunjukkan berbagai hal yang mendukung



GAMBAR 4.2 Mental Model



GAMBAR 4.3 HTA

Pada Gambar 4.2 dapat di kelompokkan terdapat tiga kategori yang dilakukan pengguna saat proses pembelian tiket secara online selama ini. Yang pertama Membuka website, hal ini umum dilakukan pengguna ketika akan membeli tiket yang pertama pengguna menyalakan laptop atau *smartphone* lalu menuju ke website penjualan tiket. Terkadang pengguna tidak menemukan tiket yang dicari dan berakhir dengan mengunjungi beberapa website lainnya untuk mencari tiket yang diinginkan. Kategori kedua adalah ketika ingin membeli tiket ada beberapa aspek yang penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian tiket diantaranya ada siapa lawan bermainnya, tanggal bermain, harga, dan tempat duduk pada aspek lawan bermain yang menjadi faktor adalah seperti rivalitas tim ataupun tim yang sedang naik daun, lalu aspek yang kedua yaitu tanggal bermain beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada aspek ini adalah sibuk dan bukan hari libur, lalu aspek yang ketiga adalah harga harga menjadi aspek tertinggi untuk mempengaruhi keputusan pembelian karena kondisi ekonomi, yang terakhir adalah aspek tempat duduk factor yang mempengaruhi aspek ini adalah jarak pandang ke lapangan setiap tempat duduk atau tribun memiliki jarak pandang yang berbeda hal ini didapatkan dari kuisioner. Kategori terakhir adalah membayar setelah pengguna memilih tiket mana yang akan dibeli selanjutnya dilakukan proses pembayaran proses pembayaran terbagi dua yaitu *offline* dan *online* atau pergi ke mesin ATM dan melalui *smartphone*. Hasil dari mentl model adalah user journey existing seperti pada gambar 4.4

3. Menentukan Hierarchical Task Analysis (HTA)

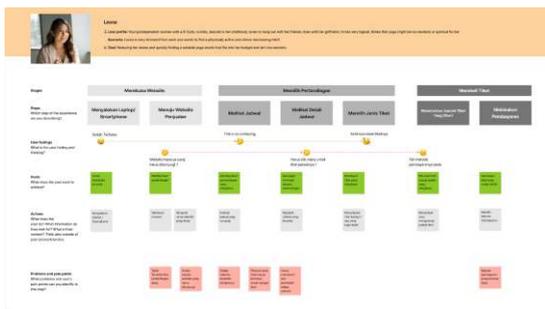
Langkah selanjutnya adalah menentukan Hierarchical Task Analysis. Metode Hierarchical Task Analysis (HTA) digunakan untuk memahami setiap task dengan cara menjabarkannya menjadi sub task agar lebih mudah untuk mengetahui apa saja yang perlu dilakukan pengguna untuk mencapai tujuan sehingga menghasilkan hipotesis yang berguna untuk mengatasi masalah[15]. Pada penelitian ini HTA pada 4 poin utama yaitu melakukan registrasi, membeli tiket pertandingan, melakukan pembayaran, dan pendistribusian tiket. Masing masing poin memiliki turunanya masing masing.

Pada Gambar 4.3 HTA, terdapat empat poin. Poin yang pertama adalah 1. Melakukan registrasi dengan subtask 1.1 melakukan pendaftaran dan 1.2 melakukan login namun pada penelitian ini tahap registrasi adalah opsional jadi pengguna bebas untuk melakukan registrasi atau tidak. Poin yang kedua adalah membeli tiket pertandingan dengan subtask 2.1 mencari jadwal yang bisa dilakukan dengan berdasarkan tanggal, nama tim, dan pencarian, jika melalui tanggal maka melakukan subtask 2.1.1 yaitu menggunakan fitur tanggal, jika melalui nama tim maka melakukan sub ask 2.1.2 yaitu memilih berdasarkan nama tim, jika melalui pencarian maka melakukan sub ask 2.1.3 yaitu menggunakan Search Bar. Lalu sub task 2.2 adalah memilih pertandingan, setelah memilih pertandingan masuk ke sub task 2.3 yaitu memilih tempat duduk pada sub task memiliki subtask 2.3.1 yaitu memilih jenis tiket *home (kandang)* atau *away (tandang)* setelah memilih jenis tiket maka dilanjutkan dengan subtask 2.3.2 yaitu memilih kategori tribun, subtask terakhir pada task ke 2 yaitu sub ask 2.4 mengisi data diri hal ini bersifat opsional karena ditentukan apakah pengguna sudah melakukan login atau belum jika belum maka harus melakukan subtask 2.4.1 yaitu mengisi Nama, NIK, dan Email, Jika sudah melakukan login maka bisa langsung ke proses pembayaran seperti subtask 2.4.2. Setelah melewati poin ke 2 lanjut ke poin ke 3 yaitu melakukan pembayaran pada poin ke tiga ini terdapat 3 opsi pembayaran dengan sub task masing masing yang pertama jika melalui bank maka melakukan sub task 3.1 memilih jenis bank setelah memilih jenis bank maka lanjut untuk subtask selanjutnya yaitu 3.1.1 memilih cara pembayaran, jika melalui e wallet maka pengguna harus melakukan subtask 3.2 yaitu memilih provide E-Wallet, Jika melalui Qris maka harus melakukan sub task 3.3 yaitu melakukan scan barcode. Lalu poin terakhir yaitu Distribusian tiket hal ini bersifat opsional jika pengguna belum login maka harus melakukan sub task 4.1 yaitu mengisi kolom Nama, NIK dan Email pada bagian cek order sesuai data pemesan pada proses 2.4 mengisi data diri. Jika pengguna sudah login maka bisa langsung klik cek order sesuai dengan sub task 4.2 maka tiket akan langsung terlihat

4. Membuat User Journey

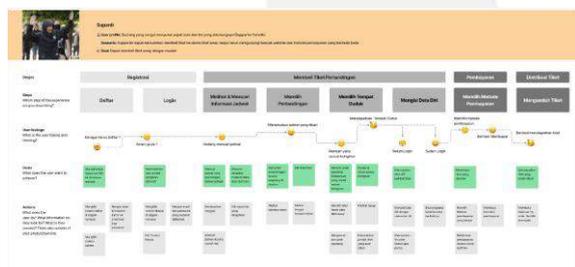
User Journey adalah representasi dari langkah-langkah yang dilakukan pengguna dalam menggunakan produk atau layanan dari awal hingga tercapainya tujuan yang diinginkan. Tujuan menggunakan User Journey adalah untuk memahami pengalaman pengguna secara keseluruhan, memahami kebutuhan dan tantangan

pengguna, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan untuk mempelajari proses pengguna yang relevan dalam waktu singkat dan mengidentifikasi serta merencanakan aktivitas UX yang diperlukan[16]. Pada penelitian ini peneliti membuat 2 User Journey yaitu user journey existing dan user journey to be. user journey existing adalah bagaimana pengalaman pengguna disaat penelitian dilakukan. User journey to be adalah bagaimana rancangan yang dikerjakan oleh peneliti untuk pengalaman pengguna kedepanya



GAMBAR 4.4
User Journey Existing

User Journey yang pengguna alami ketika penelitian ini dilakukan adalah setiap pembelian tiket *home (kandang)* dan *away (tandang)* mereka harus melakukan tindakan yang berbeda dengan *problem* yang mereka rasakan seperti yang terlihat pada gambar 4.4



GAMBAR 4.5
User Journey To Be

User journey to be adalah bagaimana rancangan yang dikerjakan oleh peneliti untuk pengalaman pengguna kedepanya, sesuai dengan HTA yang sudah dibuat ada 4 kategori untuk pengguna dalam membeli tiket pada rancangan website ini, seperti yang terlihat pada gambar 4.5.

C. Solusi Desain

Langkah selanjutnya pada penelitian ini adalah membuat solusi desain dari permasalahan pengguna yang sudah dianalisis dari tahap-tahap sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa desain produk yang dihasilkan memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna.

1. Membuat Konseptual Model

Setelah mendapatkan HTA maka selanjutnya adalah membuat model konseptual untuk solusi desain berdasarkan mental model dan HTA yang sudah diperoleh detail dapat dilihat pada tabel 4.5 di lampiran 5

2. Membuat Low Fidelity (Lo-Fi)

Setelah mendapatkan model konseptual langkah

selanjutnya adalah membuat Low-Fidelity (Lo-Fi). Pada penelitian ini peneliti membuat 7 halaman Low-Fidelity (Lo-Fi) untuk solusi desain berdasarkan permasalahan yang ada. Detail lengkap Low Fidelity dapat dilihat pada tabel 4.6 di lampiran 5

3. Membuat High Fidelity (Hi-Fi)

Setelah membuat Low Fidelity, langkah selanjutnya akan dibuat rancangan High Fidelity. High Fidelity dirancang sesuai Low-Fidelity yang sudah dibuat dengan menambahkan icon, warna dan *typography* seperti pada gambar 4.6 Detail lengkap High Fidelity dapat dilihat pada tabel 4.7 di lampiran 5

Colors



Font Family

Inter

Icon



GAMBAR 4.6
Typography

Peneliti memilih warna biru sebagai warna utama karena warna biru yang melambangkan ketenangan dan kedamaian dengan harapan semua *supporter* di Indonesia bisa berdamai dan menjadikan sepak bola Indonesia lebih baik lagi.

4. Evaluasi Kebutuhan

Pada penelitian ini pengujian akan dilakukan menggunakan metode UEQ. UEQ dipilih karena memiliki reliabilitas dan validitas yang baik dan sesuai dengan permasalahan diawal yaitu efisiensi, sehingga menjadi alat yang berguna untuk mengukur pengalaman pengguna dengan cara yang cepat dan efisien. UEQ cocok digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pengujian ketergunaan, evaluasi produk, dan penelitian[13].

Pengujian akan dilakukan ke 26 responden sesuai dengan *handbook* UEQ. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan prototype dari solusi desain yang sudah dibuat dan setelah pengujian menggunakan prototype pengujian juga akan dilakukan dengan live website. Hasil pengujian akan dihitung menggunakan UEQ data analysis tools. Adapun aspek permasalahan yang akan diuji adalah sebagai berikut :

TABEL 4.8
Aspek Permasalahan UEQ

No.	Permasalahan	Aspek
1.	Tidak tersedia tiket pertandingan away (tandang)	Dependability
2.	Terlalu banyak website yang harus dikunjungi	Attraktivenes dan Efficiency
3.	Inkonsisten tampilan website	Perspiciuity
4.	Alur pembelian yang	Efficiency

2. Membuat Low Fidelity (Lo-Fi)
Setelah mendapatkan model konseptual langkah

berbeda beda setiap website

5. Scenario Pengujian
 - a. Peneliti menjelaskan tentang website yang sudah dirancang kepada pengguna
 - b. Pengguna akan membuka link prototipy / website yang diberikan peneliti
 - c. Pengguna akan diminta untuk mencari jadwal berdasarkan tanggal
 - d. Pengguna akan diminta untuk mencari jadwal berdasarkan berdasarkan nama tim
 - e. Pengguna akan diminta untuk mencari jadwal menggunakan kolom pencarian
 - f. Pengguna akan diminta untuk membeli tiket away (tandang) pertandingan psm vs persib
 - g. Pengguna akan diminta untuk mengecek tiket yang sudah dipesan dibagian cek order
 - h. Setelah pengujian selesai, pengguna diundang untuk mengisi User Experience Questionnaire (UEQ) yang berfokus pada pengalaman mereka saat menggunakan prototype / website

6. Analisis dan Hasil Pengujian
 Untuk analisis hasil dari pengujian peneliti menggunakan benchmark UEQ untuk web site dan web service berikut adalah benchmark UEQ :

TABEL 4.9
 Benchmark UEQ

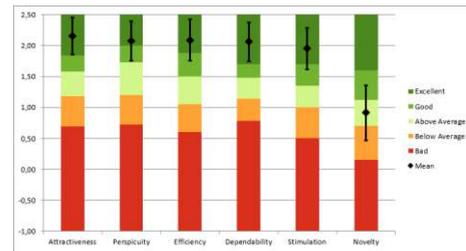
Kategori	Attractiv- eness	Perspici- uity	Efficie- ncy	Dependa- bility	Stimulat- ion	Novelt- y
Excellent	1.75	2.07	1.70	1.70	1.56	1.12
Good	1.41	1.84	1.43	1.53	1.10	0.87
Above average	0.96	1.14	0.98	1.19	0.69	0.49
Below average	0.44	0.65	0.50	0.81	0.07	-0.22

Hasil Pengujian :
 Hasil pengujian prototipe yang telah dilakukan menggunakan UEQ dengan bantuan tools yaitu maze untuk mengukur efektifitas apakah pengguna dapat menyelesaikan pembelian tiket. Dan mendapatkan hasil seperti pada table 4.9 berikut, Attractiveness mendapat poin tertinggi karena pembeli merasa rancangan website ini sudah menjawab permasalahan dan kebutuhannya yaitu tidak perlu mengunjungi banyak website hanya untuk membeli tiket pertandingan, dan novelty mendapat poin terendah karena memang website ini tidak menunjukkan sisi novelty nya.

TABEL 4.10
 Hasil Pengujian Prototipe

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	2,150	0,46
Perspiciuity	2,075	0,53
Efficiency	2,088	0,59
Dependability	2,063	0,51
Stimulation	1,950	0,58
Novelty	0,913	1,04

Hasil pengujian prototipe kemudian dibuat diagram perbandingan dengan benchmark UEQ untuk web site dan web service seperti pada tabel 4.9 dan mendapatkan hasil seperti berikut :



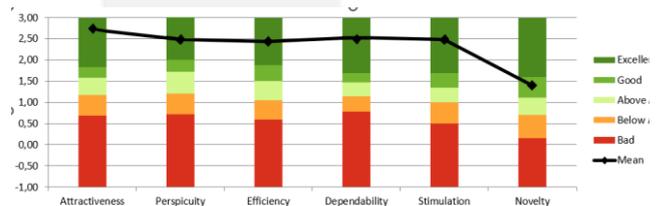
GAMBAR 4.7
 Diagram Perbandingan Hasil

Hasil pengujian live website yang telah dilakukan dan juga dihitung menggunakan UEQ mendapat hasil yang cukup baik yang dapat dilihat pada table 4.10 berikut. Pengujian live website mendapatkan poin yang lebih tinggi dari prototype, karena pengguna merasa mereka dapat lebih melakukan eksplorasi pada live website dari pada saat menggunakan prototype.

TABEL 4.11
 Hasil Pengujian live website

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	2,725	0,08
Perspiciuity	2,488	0,34
Efficiency	2,438	0,37
Dependability	2,538	0,23
Stimulation	2,488	0,38
Novelty	1,400	0,31

Hasil pengujian live website kemudian dibuat diagram perbandingan dengan benchmark UEQ untuk web site dan web service seperti pada tabel 4.9 dan mendapatkan hasil seperti berikut :



Gambar 4.8
 Diagram Perbandingan Hasil

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan
 Melalui penerapan pendekatan UCD, peneliti berhasil merancang sebuah website pembelian tiket sepak bola yang memberikan pengalaman pengguna yang lebih intuitif dan menyenangkan. Proses perancangan penelitian ini berfokus sepenuhnya pada kebutuhan pengguna, yang mengarah pada penyederhanaan dan pengintegrasian seluruh proses pembelian tiket sepak bola ke dalam satu platform. Hasil pengujian dengan menggunakan UEQ menunjukkan bahwa pengguna mengalami peningkatan signifikan dalam kepuasan dan kegembiraan saat berinteraksi dengan website yang telah dirancang pada penelitian ini. Maka dari itu penelitian ini telah berhasil mengatasi sejumlah aspek yang telah ditemukan dalam latar belakang, khususnya dalam konteks efisiensi dan efektivitas. Skor UEQ yang tinggi pada faktor-faktor positif, Attractiveness dan efficiency menunjukkan bahwa desain website ini berhasil menarik perhatian penggunadan memberikan kinerja yang efisien dalam pembelian tiket. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti bahwa metode UCD adalah metode

yang tepat untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas. Dengan adanya website ini, pembeli tiket sepak bola tidak lagi perlu berkunjung ke banyak website untuk membeli tiket. Pengalaman belanja tiket sepak bola menjadi lebih praktis, efisien, dan menggembarakan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan partisipasi pengguna dalam membeli tiket dan mendukung industri sepak bola

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adapun saran yang didapatkan adalah, Walaupun aspek efisiensi dan efektifitas sudah terbukti tercapai namun berdasarkan metode pengujian yang digunakan yaitu UEQ ada satu poin terendah yaitu novelty, maka dari itu disarankan bagaimana menerapkan novelty kedalam pembelian tiket sepak bola.

REFERENSI

1. L. Maharani, "EasyChair Preprint Systematic Literature Review: Evaluate User Experience On the Ticket Booking Application Systematic Literature Review: Evaluate User Experience On the Ticket Booking Application," 2021. [Online]. Available: <https://scholar.google.com>.
2. S. Pasupa and N. Cheramakara, "Airline E-commerce user experience experiment: An investigation of Thai LCCs passengers' purchasing behaviour among different online platforms," *Journal of Airline and Airport Management*, vol. 9, no. 2, p. 46, Oct. 2019, doi: 10.3926/jairm.124.
3. A. Williams, "User-centered design, activity-centered design, and goal-directed design," in *Proceedings of the 27th ACM international conference on Design of communication*, New York, NY, USA: ACM, Oct. 2009, pp. 1–8. doi: 10.1145/1621995.1621997.
4. N. Jatmiko and J. H. Laksito, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaat Dan Penggunaan Sistem R-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang)," 2012. [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
5. A. Hinderks, M. Schrepp, F. J. Domínguez Mayo, M. J. Escalona, and J. Thomaschewski, "Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire," *Comput Stand Interfaces*, vol. 65, pp. 38–44, Jul. 2019, doi: 10.1016/j.csi.2019.01.007.
6. M. B. Wiryawan, "User Experience (Ux) sebagai Bagian dari Pemikiran Desain dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual," *Humaniora*, vol. 2, no. 2, p. 1158, Oct. 2011, doi:10.21512/humaniora.v2i2.3166.
7. Wilson Chauncey, *User Experience Re-Mastered Your Guide to Getting the Right Design*. Science Elsevier, 2009.
8. A. Pratt and J. Nunes, *Interactive Design: An Introduction to the Theory and Application of User-centered Design*, Berilustrasi. Rockpot Publisher, 2012.
9. T. Lowdermilk, *User-centered design: a developer's guide to building user-friendly applications*. O'Reilly Media, Inc, 2013.
10. M. Lillemaa, "User-centered design Related papers," 2004.
11. Preece Jennifer, Sharp Helen, and Rogers Yvonne, *Interaction Design: Beyond Human- Computer Interaction*, Berilustrasi. John Wiley & Sons, 2002.
12. J. Rubin and D. Chisnell, "Handbook of Usability Testing Second Edition How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests." [Online]. Available: www.it-ebooks.info
13. M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Design and Evaluation of a Short Version of the User Experience Questionnaire (UEQ-S)," *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, vol. 4, no. 6, p. 103, 2017, doi: 10.9781/ijimai.2017.09.001.
14. I. Young, *Mental Models: Aligning Design Strategy with User Behavior*. RosenfeldMedia, 2008.
15. A. SHEPHERD, "HTA as a framework for task analysis," *Ergonomics*, vol. 41, no. 11, pp. 1537–1552, Nov. 1998, doi: 10.1080/0014013981860
- A. Endmann and D. Keßner, "User Journey Mapping – A Method in User Experience Design," *i-com*, vol. 15, no. 1, pp. 105–110, Apr. 2016, doi: 10.1515/icom-2016-0010.