

DAFTAR ISI

BAB 1	
PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	5
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
Berdasarkan Latar Belakang yang ada terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Ruang Lingkup.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Pengumpulan Data dan Analisis	9
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	9
1.6.2 Metode Analisis Data	10
1.7 Kerangka Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	14
DASAR PEMIKIRAN.....	14
2.1 <i>Marketplace</i>	14
2.2 <i>E-Commerce</i>	14
2.3 Platform.....	14
2.4 Jasa	15
2.4.1 Jasa Titip.....	15
2.4.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.5 Teori Analisis Khalayak Sasar (Segmenting, Targeting, Positioning)	16

2.6 Design Thinking.....	18
2.6.1 Tahapan Design Thinking.....	19
2.7 Teori Aplikasi Mobile.....	21
2.8 <i>User Interface/User Experience</i> (UI/UX).....	21
2.9 <i>User Experience</i> (UX)	22
2.10 Teori Desain Komunikasi Visual.....	23
2.10.1 Elemen Visual.....	24
2.11 Kerangka Teori	27
2.12 Asumsi	27
BAB III	28
DATA DAN ANALISIS	28
3.1 Data.....	28
3.1.1 Data Observasi Peluang Bisnis	28
3.1.2 Produk yang Digarap.....	29
3.1.3 Data Khalayak Sasar.....	30
3.1.4 Data Aplikasi Sejenis.....	31
3.1.5 Wawancara	36
3.1.6 Kuesioner.....	45
3.2 Analisis Data.....	52
3.2.1 Analisis Produk.....	52
3.2.2 Analisis Matriks Perbandingan.....	53
3.2.2 <i>User Persona</i>	54
3.2.3 Analisis Hasil Wawancara.....	55
3.2.5 Analisis Calon Konsumen	56

3.3 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	58
BAB IV	60
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	60
4.1 Konsep.....	60
4.1.1 <i>Big Idea</i>	60
4.1.2 Konsep Kreatif.....	60
4.1.3 Penamaan Aplikasi.....	61
4.1.4 Konsep Visual	61
4.1.5 Konsep Media	63
4.2 Konsep Bisnis.....	64
4.2.1 User Interface.....	67
A. User Flow.....	67
B. Low Fidelity.....	68
C. High Fidelity.....	76
D. Media Pendukung.....	88
4.2.2 Usability Testing.....	91
BAB V	92
KESIMPULAN DAN SARAN	92
5. 1 Kesimpulan	92
5. 2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	97