

STUDI KOMPARATIF USER EXPERIENCE DESAIN ANTAR MUKA PENGGUNA APLIKASI MOBILE BERDASARKAN ELEMEN DESAIN STUDI KASUS APLIKASI GRAB DAN GOJEK

Anggitta Dharmawan. E-mail: kerjaananggit@gmail.com
Institut Bisnis dan Multimedia ASMI
Aston F Sitorus. E-mail: aston.freddy@yahoo.com
Institut Bisnis dan Multimedia ASMI

Abstract

The purpose of this study can be used by the management of Grab and Gojek to improve visual services. The subjects in this study were people / resource persons who used Grab and Gojek mobile applications. The objects of this study are all perceptions of user convenience in using Grab and Gojek mobile applications at the Institut Bisnis dan Multimedia asmi.. In this research there is information systems theory, user interface design in mobile applications and design elements. The research method used is descriptive qualitative method that uses data collection methods with field research techniques, namely interviews, data stimulation, documentation and data reduction. The results from the comparative research of Grab and Gojek show that the Gojek application is superior in terms of appearance, design elements and user convenience compared to the Grab application.

Keywords: one or more word(s) or phrase(s), that it's important, spesific, or representative for the research. Maximum 4 words.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik SAKUKU pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Tujuan penelitian ini agar dapat digunakan oleh manajemen Grab dan Gojek untuk memperbaiki layanan visual. Subyek dalam penelitian ini adalah orang/narasumber yang menggunakan aplikasi mobile Grab dan Gojek. Objek yang dari penelitian ini adalah segala persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile Grab dan Gojek di Institut Bisnis dan Multimedia asmi. Didalam penelitian ini terdapat teori sistem informasi, desain antarmuka pengguna dalam aplikasi mobile dan elemen desain. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik penelitian lapangan yaitu wawancara, tirangulasi data, dokumentasi dan reduksi data. Hasil dari penelitian komparatif Grab dan Gojek menunjukkan bahwa aplikasi



Gojek lebih unggul dari segi tampilan, elemen desain dan kemudahan pengguna dibandingkan dengan aplikasi Grab.

Kata kunci: Pengalaman Pengguna, Antarmuka Pengguna, Aplikasi Mobile, Elemen Desain.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi internet yang cukup pesat memberikan perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa berbasis aplikasi. Salah satunya, adalah kemunculan moda transportasi berbasis *online* yang ternyata dapat memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran masyarakat akan layanan transportasi umum. Kemacetan ibukota dan ketakutan masyarakat dengan keamanan transportasi umum dijawab dengan kehadiran aplikasi transportasi *online* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya.

Banyaknya perusahaan yang menawarkan variasi layanan jasa yang sama membuat persaingan semakin ketat. Bisnis transportasi online yang saat ini sudah sangat dikenal yaitu Grab dan Go-Jek. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan kedua perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi pilihan utama masyarakat terutama masyarakat ibukota dan saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya (Maharani, M, Chan, A, Tresna, Pratami Wulan, 2017).

Tingkat persaingan antara Go-Jek dan Grab kian tinggi. Kedua perusahaan ini telah tumbuh dengan pesat baik dari jumlah armada untuk layanan transportasi maupun pengembangan aplikasi yang dimiliki masing-masing perusahaan itu sendiri. Saat ini, aplikasi Go-Jek sudah diunduh hampir 10 juta kali di *Google Play Store*, selain itu tersedia pula di *App Store* (iOS). Sebagai pesaing berat Go-Jek di bisnis ini, aplikasi Grab pun telah diunduh hampir 10 juta kali lewat smartphone Android. Aplikasi Grab ini juga bisa didapatkan melalui perangkat Apple dan Blackberry.

Kedua perusahaan juga melakukan inovasi dengan mengembangkan fitur yang ditawarkan selain layanan transportasi juga saat ini berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi. Seperti Go-Jek yang menambahkan layanan selain jasa transportasi ojek yaitu Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Pulsa, GoMassage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Auto, Go-Med, Go-Busway (Go-Jek.com) Sedangkan Grab selain menyediakan layanan transportasi ojek yang dinamakan GrabBike, Grab pun melakukan inovasi dengan menambahkan layanan GrabTaxi, GrabCar, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch dan fitur terbarunya yaitu GrabChat guna mempermudah komunikasi antara penumpang dan mitra pengemudi (Grab.com)

Dalam kondisi persaingan ini, kedua perusahaan tersebut terus melakukan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Maka, diperlukan suatu strategi sebagai diferensiasi bagi masing-masing perusahaan dalam menarik minat konsumen dan dalam upaya mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan jasa perusahaan di masa mendatang.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang menjadi pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran desain visual dari aplikasi *Grab* menurut pelanggan?
2. Bagaimana gambaran desain visual dari aplikasi *Gojek* menurut pelanggan?
3. Bagaimana komparasi desain visual *Grab* dan *Gojek* menurut pelanggan?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, penelitian ini bertujuan agar bisa bermanfaat seperti penjelasan dibawah ini:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen *Grab* untuk memperbaiki sistem layanan visual.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen *Grab* untuk memperbaiki sistem layanan visual.
3. Hasil penelitian bisa digunakan referensi bagi para peneliti yang melakukan penelitian yang relevan.

Landasan Teori

Desain Komunikasi Visual

Desain grafis atau Desain Komunikasi Visual adalah suatu karya dari ide ide dan kreativitas yang bias dengan mudah menyampaikan pesan, sasaran, tujuan, kesan dan gaya dari karya tersebut kepada orang lain (umum) sebagai konsumen (Corel Draw & Media Advertising: Tutorial Dasar Corel Draw, 2014).

Desain komunikasi visual atau biasa disebut dengan DKV secara umum adalah sebuah seni untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan yang ditujukan kepada suatu kelompok dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media dalam bentuk desain. Desain merupakan kata yang berasal dari bahasa Italia, *designo* yang berarti gambar. Komunikasi adalah menyampaikan sebuah pesan dari komunikator (yang menyampaikan pesan) kepada komunikan (yang menerima pesan). Dan visual merupakan semua hal yang bisa dilihat dan direspon dengan indera penglihatan. Desain komunikasi visual juga biasa digunakan sebagai ungkapan ekspresi. Penyampaian pesan dengan media dalam bentuk desain memiliki tujuan untuk memberi pesan, mempengaruhi, bahkan sampai dapat mengubah perilaku target sesuai dengan pesan yang akan disampaikan. Dalam perannya, desain komunikasi visual dibuat menggunakan bentuk grafis, simbol atau tanda, ilustrasi, warna dan huruf atau tipografi yang menarik.

User Experience

Menurut Garret (2011) user experience bukan terkait bagaimana cara kerja dari suatu produk atau layanan yang ada, melainkan suatu interaksi antara user dengan layanan atau produk, seperti apa yang pengguna (user experience) saat menggunakan suatu layanan atau produk. User interface mempunyai banyak elemen yang berperan sangat penting dalam merancang sebuah aplikasi mobile ataupun website seperti warna, layout, garis dan font. Sedangkan user experience lebih bertujuan untuk membuat suatu website mudah digunakan oleh pengguna. User experience desain dituntut untuk menjadi jembatan penghubung agar user interface data bekerja samadengan sistem.

Menurut Rodden, Hutchinson, Xin Fu (2010) user experience memiliki 4 indikator antara lain:

1. *Happiness* adalah kepuasan, daya tarik visual, kemungkinan untuk merekomendasikan dan kemudahan.
2. *Task Success* adalah efisiensi (misalnya waktu untuk menyelesaikan tugas), efektivitas (misalnya persentase tugas selesai) dan tingkat kesalahan yang terjadi.
3. *Earning* adalah persepsi pengguna mengenai manfaat dan keuntungan yang didapat dalam mengakses aplikasi.
4. *Uptime* adalah persepsi pengguna mengenai jaminan ketersediaan informasi dan keandalan fitur.

Kesimpulannya, user experience dalam konteks ini adalah sebagai bentuk komunikasi antara manusia dengan komputer yang bertujuan kemudahan dalam memahami isi dari



aplikasi mobile tersebut yang dilihat dari desain layout, kontrol tombol, warna dan font/tipografi.

Desain Antarmuka Pengguna

Desain Antarmuka Pengguna (bahasa Inggris: User Interface Design) atau rekayasa pengguna adalah desain untuk computer, peralatan, mesin, perangkat komunikasi mobile, aplikasi perangkat lunak dan situs web yang berfokus pada pengalaman pengguna (bahasa Inggris: User Experience) dan interaksi (Rekayasa Perangkat Lunak, 2015).

Desain antarmuka pengguna atau yang lebih sering dikenal dengan istilah desain user interface yaitu, sebuah desain untuk komputer atau mesin yang berinteraksi langsung dengan pengguna untuk membuat tampilan semakin menarik agar mempermudah pada saat digunakan. Schlatter (2013) memberikan sebuah panduan untuk menyusun sebuah desain aplikasi mobile yang mudah digunakan dengan membaginya ke dalam beberapa komponen yang berpengaruh sebagai berikut:

1. Consistency adalah konsistensi dari tampilan antarmuka pengguna.
2. Hierarchy adalah penyusunan hirarki kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat didalam aplikasi.
3. Personality adalah kesan pertama yang terlihat pada aplikasi yang menunjukkan ciri khas dari aplikasi tersebut.
4. Layout adalah tata letak dari elemen-elemen di dalam sebuah aplikasi.
5. Type adalah tipografi yang digunakan di dalam sebuah aplikasi.
6. Color adalah penggunaan warna yang tepat digunakan pada sebuah aplikasi.
7. Imagery adalah penggunaan gambar, icon dan sejenisnya untuk menyampaikan sebuah informasi di dalam aplikasi.
8. Control and Affordances adalah elemen dari antarmuka pengguna yang dapat digunakan orang untuk berinteraksi dengan sistem melalui sebuah layar.

Tujuan dari user interface ini adalah membuat tampilan sebuah aplikasi yang dapat mempermudah penggunaan suatu aplikasi mobile dengan memperhatikan karakteristik/bentuk window, icon, menu, pointing dan graphic desain pada aplikasi mobile yang akan dirancang.

Aplikasi Mobile

Aplikasi Mobile adalah Perangkat Lunak yang dibuat khusus untuk dijalankan di dalam tablet atau smartphone. (Pengantar Teknologi Informasi, 2014). Proses pengembangan aplikasi untuk perangkat genggang seperti PDA atau telepon genggam. Aplikasi yang dulunya hanya untuk digunakan pada perangkat komputer, pada saat ini sudah banyak pengembang merancang aplikasi untuk digunakan pada telepon genggam atau telepon seluler atau yang biasa disebut dengan smartphone. Aplikasi mobile ini bisa diperoleh dari Play Store dari banyak Platform yang sudah tersedia saat ini seperti, iOS, Android, Blackberry atau Windows Phone. Dengan menggunakan aplikasi mobile para pengguna merasakan kemudahan dalam menjalankan segala aktifitas seperti hiburan, berjualan, belajar, pekerjaan kantor, browsing dan masih banyak lagi.

Transportasi Online

Transportasi online adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh tenaga manusia atau tenaga mesin yang si pengguna jasa transportasi tinggal menghubungi setiap saat di butuhkan dan pelayan jasa transportasi dan tinggal menunggu si pelayan datang menjemput (Batubara, I. S, 2018).

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kami bermitra

dengan sekitar 200.000 pengemudi ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para Driver GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Gojek dan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan transportasi. Fiturnya bermacam-macam seperti GO-RIDE, GO-CAR, GO-FOOD, GO-SEND, GO-BOX, GO-MASSAGE, GO-CLEAN, GO-GLAM, GO-TIX, GO-BUSWAY, GO-PAY. Aplikasi Go-jek ini bisa digunakan di smartphone iOS dan Android saja. Aplikasi ini dapat diunduh melalui Apple Store untuk iOS dan Google Play untuk Android (www.GO-JEK.com, diakses pada tanggal 4 Agustus 2019, pukul 01.38 WIB).

Grab (sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi) adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam Negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. GrabTaxi diciptakan di Malaysia oleh lulusan MBA Harvard Business School, Anthony Tan. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan Aplikasi dan untuk kendaraannya adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Taxi Indonesia. Dengan aplikasi Grab calon penumpang dapat dengan mudah mencari driver untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan. Grab tersedia untuk sistem operasi Android, iOS, dan BlackBerry. Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek, mobil, dan taksi. Saat ini Grab tersedia di berbagai kota di Indonesia. Dari tahun 2011 sampai saat ini tahun 2017 Grab berkembang pesat dan menjadi salah satu penyedia aplikasi transportasi online di Indonesia (<https://www.grab.com/id/>, diakses pada tanggal 4 Agustus 2019)

Elemen Desain

Hendratman (2010;13) mengungkapkan bahwa desain bisa menarik karena indah dipandang atau konsepnya yang kreatif. Keindahan yang dibahas lebih ditekankan pada kemampuan mata sebagai penilai. Agar menarik mata (eye catching) diperlukan pengetahuan tentang unsur/elemen/komponen dalam desain grafis.

Elemen desain merupakan komposisi terpenting dalam membuat suatu desain agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan mudah diingat. Elemen desain yang banyak digunakan oleh perancang yaitu warna, layout, font serta bentuk atau symbol.

1. Warna

Warna elemen yang sangat berperan penting dalam elemen desain. Karena dengan warna bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk visual secara jelas. Warna bisa dikatakan mampu menggambarkan perasaan atau emosional dari suatu desain dan dapat menarik perhatian pengguna dengan menggunakan penekanan warna pada suatu obyek yang akan disajikan. Menurut James dan Jason (2016:65) "Psikologi warna merupakan pengkhususan bidang studi yang mempelajari tentang pengaruh emosional dan perilaku yang ditimbulkan oleh warna dan kombinasi warna". Oleh karena itu, warna juga dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, suasana bagi yang melihatnya.

Tabel 1
Dampak Psikologi Warna

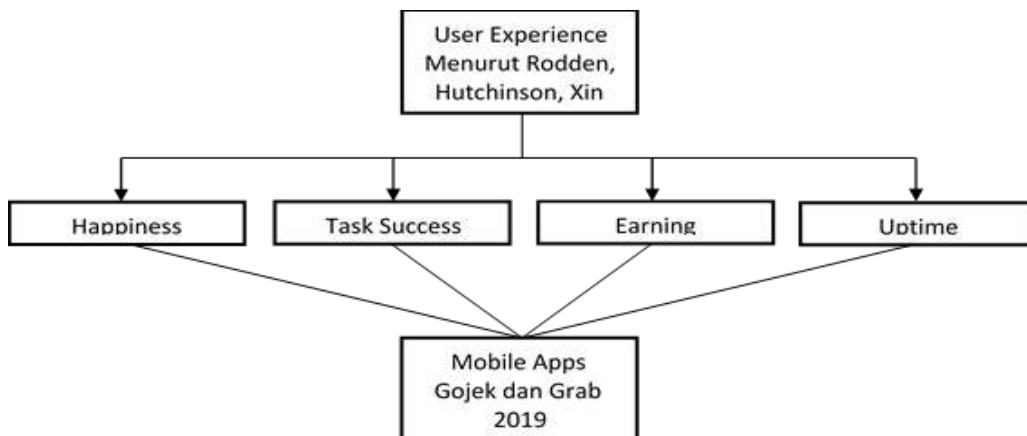
Warna	Dampak Psikologi
Kuning	Optimis, Harapan, santai, toleran, mendominasi, kurang dapat dipercaya dan tidak konsisten

Warna	Dampak Psikologi
Oranye	Energi, Keseimbangan, nyaman, ambisi dan Kehangatan.
Merah	Power, Energi, Kehangatan, Cinta, Nafsu, Agresi, Bahaya, Bependerian, Dinamis, dan Percara diri.
Biru	Keseriusan, ketenangan, professional dan konsistensi
Hijau	Kehidupan, ketenangan, empati, kesejukan, kemudahan, keuangan, kebosanan, keserakahan dan kebosanan
Ungu	Spiritual, Misteri, Kekuatan, kualitas, kurang teliti dan kesepian
Cokelat	Dukungan, dapat diandalkan, elegan, akrab, kesederhanaan, kaku, malas dan pesimis.
Hitam	Keamanan, maskulin, melindungi, elit, keteguhan, menakutkan, kematian dan hampa
Putih	Lemah lembut, eksotik, kesucian, kebebasan, dingin, kelelahan dan terisolasi
Abu-Abu	Kemandirian, netral, bertanggung jawab, kemandirian, hibernasi, depresi dan membosankan

1. Layout

Layout atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan Tata Letak adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan dalam keadaan sebuah bidang sehigga membentuk susunan artistic. Layout ini bertujuan menampilkan elemen gambar dan teks yang menarik agar menjadi komunikatif yang memudahkan pembaca untuk menerima pesan atau informasi yang ditampilkan. Menurut Kelana dkk (2018:7), konsep layout terdiri dari susunan teks dan foto. Layout merupakan tata letak elemen pada suatu desain.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



2. Font/Huru/Tipografi

Tipografi merupakan hal yang sangat berperan penting dalam media komunikasi visual. Tipografi merupakan salah satu bahasan dalam desain grafis yang tidak berdiri secara eksklusif, elemen ini sangat terkait dengan komunikasi, teknologi, bahkan psikologi yang dapat memengaruhi pembaca.

Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia berpendapat bahwa dalam berproses pemilihan jenis huruf setidaknya seorang desaine harus memperhatikan dua hal yang mendasar, yakni karakter produk yang akan ditonjolkan dan karakter segment pasarnya (Desain

Komunikasi Visual; Dasar Dasar Panduan Untuk Pemula, Bandung, Nuansa Cendekia, 2014:51). Dengan adanya jenis-jenis tipografi itu maka makna tipografi semakin meluas. Tipografi bisa dikatakan sebagai segala komunikasi yang menggunakan huruf.

3. Bentuk

Bentuk merupakan salah satu elemen dasar dalam desain. Bentuk sangat berperan penting untuk dapat mengelola informasi dan cenderung memiliki variasi yang tidak terbatas. Setiap bentuk dapat menginformasikan pesan yang berbeda sesuai dengan sudut pandang yang berarti setiap bentuk memiliki arti dan pesan tersendiri. Bentuk ini bertujuan agar dapat menyampaikan mood dan emosi apa yang ingin disajikan.

Metode Penelitian

Subjek Penelitian

Sugiono (2012: 9) juga mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi Dalam penelitian kualitatif tidak ada penggunaan populasi karna penelitian ini dimulai dari kasus yang ada pada situasi tertentu yang hasil dari penelitiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi digunakan pada kondisi situasi sosial sama pada kasus yang dipelajari.

Tabel 2
Subjek Penelitian

No	Nama Informan	Usia	Profesi
1	Hasita Amadia	16	Siswi SMA
2	Clovendha Christy Leiwakabessy	17	Pegawai Swasta
3	Nova Deasy	22	Mahasiswi
4	Annisa Fauziah	16	Siswi SMA
5	Nabella Maylianti	19	Mahasiswi
6	Fajar Satrio	23	Pegawai Swasta
7	Adinda Masayu	23	Mahasiswi
8	Angela Meta Avionita	22	Pegawai Swasta
9	Surya Hermawan	22	Pegawai Swasta
10	Muhammad fadli	19	Wirausaha
11	Khairul	23	Pegawai Swasta
12	Muhammad Reinaldi	25	Mahasiswa

Sumber: Kajian peneliti, 2019

Objek Penelitian

Obyek penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti dengan kata lain hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:152) Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan pada kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian. Obyek dari penelitian ini adalah segala persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile Grab dan Gojek di wilayah sekitar Kampus Institut Bisnis dan Multimedia asmi.

Metode Pengumpulan Data



Pengumpulan data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu pengumpulan data yang digunakan langsung untuk memperoleh langsung dari sumbernya dengan cara tanya jawab secara lisan.

2. Observasi

Observasi digunakan agar dapat membantu peneliti mengidentifikasi masalah penelitian secara tajam pada saat dilakukan diawal. Observasi juga dikatakan sebagai pelengkap data wawancara. Artinya, data dari hasil wawancara dilakukan pengamatan lebih mendalam agar mendapatkan hasil yang maksimal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan agar dapat menganalisa berulang kali melalui hasil rekaman audio, video ataupun pengambilan gambar dengan tujuan dapat menganalisa dengan baik sesuai hasil dari dokumentasi.

4. Triangulasi

Triangulasi digunakan sebagai pengumpulan data merupakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Sederhananya, triangulasi disimpulkan sebagai upaya untuk mengecek data dalam suatu penelitian, dimana peneliti tidak hanya menggunakan satu sumber metode pengumpulan data untuk menghasilkan data yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan.

Analisa Data

Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014:244). Dalam kualitatif, analisa dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan. Prinsip teknik analisa data adalah untuk mengolah dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna. Langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman (1992:15-19) adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian

Tempat melakukan penelitian studi kasus Grab dan Gojek ini berada di sekitar wilayah Institut Bisnis dan Multimedia asmi.

Waktu penelitian dilakukan pada bulan April sampai Agustus 2019, berikut adalah jadwal kegiatan penelitian yang dilakukan sebagai syarat kelulusan skripsi.

Hasil dan Pembahasan

Komparasi Gambaran Visual Grab dan Gojek

Komparasi atau uji beda adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Analisis komparatif atau uji perbedaan ini sering disebut uji signifikansi. Pada penelitian ini menggunakan komparasi antara dua sampel untuk melihat seperti apa perbedaan gambaran visual antara Grab dan Gojek. Penelitian ini menggunakan deskripsi kualitatif dengan metode wawancara untuk memperoleh data dari narasumber atau informan agar dapat mengetahui perbedaan dari

gambaran visual Grab dan Gojek. Dibawah ini adalah tabel hasil komparasi atau perbedaan yang dilakukan dengan metode wawancara:

1. Hasita Amadia
Aplikasi Gojek lebih unggul dibandingkan dengan Grab dalam segi elemen desain, tampilan dan kemudahan pengalaman pengguna.
2. Clovendha Christy Leiwakabessy
Aplikasi Gojek lebih unggul dibandingkan dengan Grab dalam segi elemen desain, tampilan dan kemudahan pengalaman pengguna.
3. Nova Deasy
Bahwa kedua aplikasi Grab dan Gojek memiliki tampilan yang kurang menarik. Sedangkan dalam segi kemudahan pengalaman pengguna dan elemen desain aplikasi Gojek dinilai lebih unggul dibandingkan aplikasi Grab.
4. Annisa Fauziah kedua aplikasi Grab dan Gojek dinilai sama sama memiliki tampilan yang menarik dan memiliki kemudahan yang sama (seimbang).
5. Nabella Maylianti
Aplikasi Gojek lebih unggul dari segi tampilan dibandingkan aplikasi Grab. Sedangkan aplikasi Grab lebih unggul dalam segi kemudahan penggunaan dibandingkan aplikasi Gojek.
6. Fajar Satrio
Aplikasi Gojek lebih unggul dibandingkan aplikasi Grab jika dilihat dari segi tampilan dan elemen desain. Sedangkan jika dilihat dari segi pengalaman pengguna, kedua aplikasi Grab dan Gojek sama sama memiliki kendala pada tombol menu yang kurang jelas.
7. Adinda Masayu
Aplikasi Gojek dinilai lebih unggul bandingkan aplikasi Grab jika dilihat dari segi tampilan. Sedangkan jika dilihat dari segi elemen desain dan kemudahaan dalam pengalaman pengguna, kedua aplikasi Grab dan Gojek sama sama memiliki warna yang menarik dan sama sama memiliki kemudahan dalam pengalaman pengguna.
8. Angela Meta Avionita
Aplikasi Grab dinilai lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi Gojek jika dilihat dari segi tampilan, elemen desain dan kemudahan pengalaman pengguna.
9. Surya Hermawan
Jika dilihat dari segi tampilan kedua aplikasi Grab dan Gojek tidak ada yang lebih unggul (seimbang). Sedangkan jika dilihat dari segi elemen desain dan kemudahan pengalaman pengguna, aplikasi Gojek lebih unggul dibandingkan aplikasi Grab.
10. Muhammad Fadli
Muhammad Fadli jika dilihat dari segi tampilan kedua aplikasi aplikasi Grab Gojek dinilai seimbang. Sedangkan jika dilihat dari elemen desain dan kemudahan pengalaman pengguna aplikasi Gojek dinilai lebih unggul dibandingkan aplikasi Grab.
11. Khairudin
Jika dilihat dari segi tampilan, elemen desain dan kemudahan pengalaman pengguna aplikasi Gojek lebih ungu dibandingkan aplikasi Grab.
12. Muhammad Renaldi
Jika dilihat dari segi tampilan, elemen desain dan kemudahan pengalaman pengguna aplikasi Gojek lebih ungu dibandingkan aplikasi Grab.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ni maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan ebagai berikut:



1. Hasil dari gambaran visual aplikasi Grab menunjukkan bahwa pada tampilan dan elemen desain pada aplikasi kurang menarik dan menyebabkan banyaknya pengguna aplikasi kesulitan untuk menggunakan aplikasi tersebut.
2. Hasil dari gambaran visual aplikasi Gojek menunjukkan bahwa relatif banyaknya pengguna aplikasi tersebut sangat puas pada tampilan dan elemen desain serta pengguna juga merasakan kemudahan pada saat menggunakan aplikasi.
3. Hasil dari komparatif aplikasi Grab dan Gojek menunjukkan bahwa aplikasi Gojek lebih unggul dari segi tampilan, elemen desain dan kemudahan penggunaan dibandingkan dengan aplikasi Grab.

Saran

Tampilan dan elemen desain pada aplikasi Grab menyebabkan banyak konsumen aplikasi tersebut kesulitan untuk menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk lebih berinovasi dalam mengembangkan aplikasi tersebut dari segi tampilan dan elemen desain terutama dalam segi warna agar diperbaharui dengan warna yang lebih cerah untuk meningkatkan minat dan kemudahan pengguna pada aplikasi tersebut. Kegiatan ini akan memunculkan keinginan para pengguna Grab agar dapat menggunakannya kembali dan kesetiaan para konsumen akan meningkat pada Grab.

Daftar Pustaka

- Anggraini S, Lia dan Nathalia, Kirana. (2013). Desain Komunikasi Visual; DasarDasar Panduan untuk Pemula. *Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia*
- Beaird, Jason dan George, James (2016). The Principles Of Beautiful Web Design. *Yogyakarta: C.V AndiOffset.*
- Garret, J (2011). The Elements of User Experience: User – Centered Design the Web and Beyond, Second Edition. *Barkeley: California: New Riders.*
- Gojek.com (*diakses pada tanggal 3 September 2019*)
- Grab.com (*diakses pada tanggal 3 September 2019*)
- Hendratman, Hendi (2010). Tips n Trix Computer Graphics Design. Bandung: Informatika Bandung.
- Irwansyah. Edy, Jurike V. Moniaga (2014). Pengantar Teknologi Informasi.
- Kelana, dkk (2018). Perancangan Booklet Wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang di Kabupaten Solok Selatan”. *dekave7, no. 2 (2018).*
- Kerry Rodden, Hilary Hutchinson, and Xin Fu., 2010. Measuring the User Experience on a Large Scale: UserCentered Metrics for Web Applications.
- Luthfi, 2014. “Corel Draw & Media Advertising: Tutorial Dasar Corel Draw, 2014.”
- Maharani. M, Chan. A, Tresna. Pratami Wulan (2017). Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile GO-JEK dan GRAB (Studi Pada Konsumen PT GOJEK dan PT GRAB Indonesia di DKI Jakarta)” *Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 2, Agustus 2017.*
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.* T. Schlatter and D. Levinson, 2013. “Visual Usability: Principles and Practices for Designing Digital Applications.” *Elsevier.*
- Utami .Feri Hari dan Asnawati (2015). Rekayasa Perangkat Lunak. *Yogyakarta: Deepublish.*