

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial saat ini tentunya membawa banyak manfaat bagi semua penggunanya. Selain memfasilitasi komunikasi dan hubungan dengan orang lain, juga dapat digunakan untuk mempromosikan produk yang lebih luas untuk penjual berbagai jenis barang dan jasa. Istilah endorsement digunakan ketika ada orang terkemuka yang menawarkan produk atau jasa tertentu dengan reputasi yang baik. Hal ini biasanya dilakukan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan untuk menarik calon konsumen. Misalnya, influencer media sosial mungkin terlibat dalam mempromosikan merek perawatan kulit terkenal di televisi, media sosial, atau media lainnya. Selain itu, persetujuan dapat diartikan sebagai bentuk bantuan yang dibayar atau tidak dibayar, tergantung pada kontrak.

Klinik Kecantikan Zeeta Beautycare Bandar Lampung suatu usaha yang bergerak pada bidang jasa kecantikan. Bisnis ini telah berdiri sejak Februari 2020 dengan pemilik Dr. Tissa Maharani dan tempat usaha berada di Jl. Rya Cudu, Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131. Dalam proses bisnisnya proses pencarian endorsement masih menggunakan penyebaran informasi dari mulut ke mulut, via chat dengan media social *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Dalam hal meminta endorsement, pemasaran melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp memiliki kelebihan dan kekurangan dari media pemasaran. Instagram dan Facebook telah mampu mendapatkan keuntungan di antara banyak pengguna aktif, terutama remaja dan orang dewasa. Membuat halaman perusahaan tanpa membuat akun baru memungkinkan Anda menempatkan iklan produk untuk dipromosikan, tetapi kurangnya banyak pengguna Facebook dengan cepat mengurangi posting promosi. Dalam hasil wawancara pada pemasaran yang saat ini digunakan oleh Klinik Zeeta Beautycare peneliti memiliki solusi dengan Langkah awal pembuatan

tampilan *UI/UX* pada website endorsement. Permasalahan saat ini pada Klinik Zeeta Beautycare dalam pemesanan endorser masih menggunakan sistem manual yaitu dengan mengirimkan sebuah personal chat berupa data diri, kriteria dan permasalahan kulit melalui aplikasi *whatsapp*, oleh karena itu membutuhkan waktu yang sangat lama sehingga terkendala dalam proses penyeleksian. Sedangkan permasalahan endorser lambatnya dalam mengkonfirmasi rekrut talent dari pihak pemesanan jasa endorsement.

Model yang digunakan untuk membuat desain *UI/UX* ini adalah *Lean User Experience (Lean UX)*. Model ini mendorong proses desain pengalaman pengguna dengan cepat dan terarah (Yolanda, 2020). Model ini dipilih karena kebutuhan yang mendesak akan antarmuka pengguna dalam proses pengembangan sistem. Jadi, meskipun *Lean User Experience (Lean UX)* memiliki keunggulan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi, masih ada fokus pada tingkat pemahaman pengalaman produk selama pengembangan dibuat (G/Tsadik *et al.*, 2020). Saat mendesain *UI/UX* untuk dibangun, sangat penting untuk memudahkan menemukan pendukung yang cocok dengan produk dan standarnya. Saat memesan layanan rujukan, perujuk tidak perlu mengunjungi situs terlebih dahulu, tetapi dapat menelusuri situs web dan media sosial untuk membuat waktu mereka lebih efisien. Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti perlu merancang desain antarmuka menggunakan mockup website untuk pemesanan jasa endorsement. Alasan penulis menggunakan metodologi *Lean UX* adalah karena menyediakan cara yang cepat dan efektif untuk mengukur keberhasilan desain dan pengembangan produk, serta proses pembuatan konsep yang mudah atau lugas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, dalam penelitian ini dapat dirumuskan bagaimana melakukan merancang desain antarmuka sistem pemesanan jasa endorsement dengan metode *Lean UX*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari tugas akhir adalah *prototype* desain *UI/UX*.
2. penelitian berfokus pada proses pemesanan jasa endorsement
3. Penelitian ini hanya memberikan informasi tentang tampilan *UI/UX*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendesain website perancangan *UI/UX* web pemesanan jasa endorsement menggunakan metode *Lean User Experience*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan manfaat bagi pengguna dalam sistem pemesanan jasa endorsement dan memberikan pengalaman pengguna yang mudah dimengerti.
2. Kami dapat merancang antarmuka untuk memaksimalkan kualitas sistem dalam hal pengalaman pengguna

1.6 Sistem Penulisan

Sistem penulisan karya ilmiah ini sesuai dengan spesifikasi pedoman penulisan karya ilmiah adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang awal kegiatan penyusunan karya ilmiah. Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Manfaat Penelitian, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka, tahapan perancangan, dan metode lean ux.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini pembahasan tentang metodologi penelitian yang akan digunakan untuk proses perancangan dan apa saja yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat tentang hasil penelitian dan pembahasan sistem yang dibuat

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memuat tentang kesimpulan dari Perancangan *User Interface* Dan *User Experience* Pada Sistem Pemesanan Jasa Endorsement Menggunakan Metode *Lean Ux* Pada Klinik Kecantikan Zeeta Beautycare Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka merupakan referensi-referensi yang dipakai pada penelitian ini.

LAMPIRAN