

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Vendor dokumentasi pernikahan adalah penyedia layanan yang bertanggung jawab untuk mengabadikan momen-momen berharga dalam sebuah pernikahan (Donnyanggoro & Halim Secapramana, 2021). Mereka mengkhususkan diri dalam fotografi dan videografi pernikahan, menangkap setiap detail penting mulai dari upacara pernikahan hingga resepsi. Vendor ini tidak hanya merekam momen-momen penting, tetapi juga berusaha untuk merangkum atmosfer dan emosi yang terjadi selama acara, menciptakan karya seni visual yang mengesankan dan berkesan bagi pasangan pengantin dan keluarga mereka (Bestari & Megasari, 2020). Melalui teknik fotografi dan videografi yang kreatif serta penggunaan peralatan mutakhir, vendor dokumentasi pernikahan membantu pasangan pengantin untuk menyimpan kenangan abadi dari hari istimewa mereka.

Momoto moment adalah salah satu vendor dokumentasi pernikahan yang beroperasi di Jakarta. Momoto Moment telah mendapatkan popularitas melalui platform media sosial seperti Instagram. Akan tetapi, platform ini memiliki keterbatasan dalam menyediakan informasi yang terorganisir dengan baik mengenai layanan yang ditawarkan, seperti harga dan paket yang tersedia (Anggalih, 2023). Selain itu, mereka juga telah meluncurkan sebuah situs web sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan kehadiran digital mereka. Di situs web tersebut, terdapat menu *pricelist* yang menampilkan kategori paket-paket layanan serta daftar fasilitas yang disediakan. Namun, ketika paket diklik, pengguna diarahkan ke WhatsApp untuk informasi lebih lanjut dan pemesanan. Selain itu, terdapat juga menu *gallery* yang memamerkan hasil karya Momoto Moment dalam bentuk foto *grid*.

Situs web Momoto Moment, meskipun lebih terstruktur, masih memiliki keterbatasan karena informasi detail mengenai harga hanya dapat diakses melalui WhatsApp, yang bisa menjadi hambatan bagi beberapa pelanggan yang lebih memilih informasi lengkap yang langsung tersedia di situs web. Hal ini tentunya akan menjadi evaluasi penting yang harus dilakukan oleh Momoto Moment.

Dalam konteks ini, evaluasi tentang pengalaman pengguna (*User Experience*) dari sebuah situs web untuk Momoto Moment menjadi relevan dan penting (Heri Surya Ramadhani, 2023). Melalui penerapan *Cognitive Walkthrough*, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana situs web yang diusulkan dapat memenuhi kebutuhan informasi pengguna potensial Momoto Moment. Dengan memperhatikan kebutuhan dasar pengguna seperti kejelasan informasi, navigasi yang intuitif, dan kemudahan dalam melakukan tindakan seperti mengetahui harga dan melihat contoh portofolio, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan situs web Momoto Moment.

Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Cognitive Walkthrough*, yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi masalah kognitif yang dialami pengguna saat menggunakan antarmuka (Diass et al., 2022). Metode ini melibatkan analisis mendalam terhadap langkah-langkah kognitif yang diambil pengguna untuk mencapai tujuan tertentu dalam menggunakan suatu antarmuka.

Cognitive Walkthrough adalah metode evaluasi yang berfokus pada langkah-langkah kognitif yang diambil pengguna (I. N. T. A. Putra et al., 2023). Dengan menganalisis proses kognitif pengguna, desainer dapat mengidentifikasi potensi hambatan dan kesulitan yang mungkin dihadapi pengguna dalam menjelajahi berbagai fitur dan layanan yang disediakan oleh platform pemesanan vendor dokumentasi pernikahan Momoto Moment.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penerapan *Cognitive Walkthrough* mampu menghasilkan rekomendasi yang berharga dalam perbaikan antarmuka pengguna (Diass et al., 2022; I. N. T. A. Putra et al., 2023). Namun, aplikasi metode ini pada konteks *platform* pemesanan vendor dokumentasi

pernikahan masih terbatas dan memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara mendalam dinamika penggunaan platform tersebut. Banyak dari pihak calon pelanggan maupun *Observer*, banyak menemukan keluhan dan kekurangan dari *website* Momoto Moment yang tidak sesuai dengan metode *UI/UX*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menerapkan *Cognitive Walkthrough* pada *User Experience* situs web vendor dokumentasi pernikahan Momoto Moment. Dengan demikian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman pengguna serta masalah yang mungkin dihadapi dalam penggunaan platform tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan situs web yang lebih efektif dan ramah pengguna untuk platform pemesanan vendor dokumentasi pernikahan Momoto Moment. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna serta meningkatkan adopsi dan penggunaan platform secara keseluruhan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada desainer dan pengembang tentang pentingnya memahami perspektif pengguna dalam merancang situs web yang sukses. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pengguna, desainer dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan situs web vendor dokumentasi pernikahan, serta memperkuat pemahaman tentang pentingnya melibatkan pengguna dalam proses desain dan evaluasi situs web. Dengan demikian, diharapkan dapat diciptakan platform yang lebih intuitif, efisien, dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya terdapat beberapa poin tentang identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan informasi pada instagram Momoto Moment.
2. Kurangnya Keterbukaan Harga dan Paket pada instagram Momoto Moment
3. Portofolio yang Tidak Terstruktur pada instagram Momoto Moment
4. Website resmi Momoto Moment yang tersedia belum sesuai dengan metode *UI/UX*

1.3 Batasan masalah

Untuk memastikan hasil evaluasi penelitian yang optimal dan terfokus berupa pengisian kuisisioner dari 5 orang responden, diperlukan pembatasan masalah. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada area yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Hasil akhir penelitian berupa *Low fidelity* dan *High Fidelity Prototype* hasil dari evaluasi, rekomendasi, dan feedback kepada Momoto Moment
2. Penerapan *Cognitive Walkthrough* sebagai metode evaluasi untuk mengidentifikasi masalah kognitif yang mungkin dihadapi pengguna pada situs web.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat diketahui rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah bagaimana melakukan evaluasi berdasarkan *Cognitive Walkthrough* dan menerapkannya pada prototipe situs web yang optimal.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi berdasarkan *Cognitive Walkthrough* dan menerapkannya pada prototipe situs web vendor pernikahan Momoto Moment untuk memastikan navigasi yang intuitif dan pemahaman yang baik.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dirasakan dalam beberapa aspek:

1. Penelitian ini akan memberikan manfaat dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyediakan situs web yang lebih mudah dinavigasi dan informatif bagi calon pelanggan Momoto Moment.
2. Melalui penerapan *Cognitive Walkthrough*, penelitian ini akan membantu dalam memahami preferensi pengguna dan mengidentifikasi potensi masalah kognitif yang mungkin dihadapi pengguna saat menggunakan situs web Momoto Moment.
3. Dengan adanya situs web yang optimal, Momoto Moment akan dapat meningkatkan kehadiran digital mereka dan meningkatkan aksesibilitas informasi tentang layanan dan portofolio mereka kepada calon pelanggan.
4. Dengan menyediakan situs web yang profesional dan informatif, Momoto Moment akan dapat meningkatkan citra mereka sebagai vendor dokumentasi pernikahan yang berkualitas dan terpercaya di mata calon pelanggan.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*