

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agastya Wedding merupakan salah satu penyedia jasa *backdrop* custom untuk acara pernikahan dan lamaran di Jember yang beralamat di Perumahan Bumi Mangli Permai Blok GF No.5 Jember. Selain untuk acara pernikahan dan lamaran. *Agastya Wedding* juga menerima jasa *backdrop* untuk acara tedak sinten dan lainnya. *Agastya Wedding* baru di buka pada bulan januari tahun 2021 dan dengan usia yang masih muda sangat wajar apabila mengalami pasang surut dalam perjalanannya. Saat ini *Agastya Wedding* masih menggunakan media sosial untuk media promosi dan branding, sehingga laju perkembangan bisnisnya masih agak lambat dan dibutuhkan media lain untuk promosi dan branding. Selain sebagai media branding dan media promosi *Agastya Wedding* juga membutuhkan media yang bisa memperkuat kepercayaan calon konsumen yang akan menggunakan jasa *backdrop* di *Agastya Wedding* serta untuk menjadi sarana untuk melakukan data mining terhadap calon *customer* sebagai acuan dalam pengembangan bisnis utamanya bidang promosi.

Di era digital saat ini, teknologi informasi merupakan strategi yang ampuh dalam hal persaingan dengan kompetitor. Selain itu pelaku usaha dan jasa juga bisa memanfaatkan teknologi informasi dalam berbagai bidang, seperti bidang keuangan, bidang administrasi, bidang pemasaran dan lain-lain. Sehingga dengan pemanfaatan teknologi informasi ini dapat mempermudah pelaksanaan sebuah bisnis untuk terus berkembang dan bersaing.

Website adalah salah satu teknologi informasi yang banyak digunakan dalam dunia bisnis, karena dalam dunia bisnis website berfungsi sebagai media branding dan sebagai media promosi bisnis. Menurut *Global Web Index*, 62% pelanggan mengunjungi website hanya untuk mencari informasi mengenai merek maupun produk (Jurnal *entrepreneur*, 2021). Saat ini tidak hanya perusahaan penyedia produk saja yang memiliki website, tetapi perusahaan penyedia jasa juga perlu menggunakan website agar dapat bersaing dengan kompetitorinya.

Dalam Penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *five planes of UX*. D prajarini (dalam Garrett, 2011) menjelaskan bahwa metode *five planes of UX* terdiri dari 5 komponen, yaitu *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane*. Pemilihan metode *five planes of UX* didasarkan karena metode ini sangat cocok untuk perancangan sebuah website yang kompleks. Nantinya website ini berfungsi sebagai media untuk promosi sekaligus menampilkan informasi seputar Agastya Wedding, selain itu website ini akan menjembatani customer dengan *customer service* untuk pemesanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, Rumusan masalah yang dapat di ambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang website *Agastya Wedding* dengan menggunakan metode *five planes of UX*?
2. Bagaimana mengevaluasi *user experience* website *Agastya Wedding*?

1.3 Tujuan

Adapun Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan metode *five planes of UX* pada perancangan antar muka website *Agastya Wedding* yang dapat di gunakan sebagai media *branding* dan promosi.
2. Mengevaluasi *user experience* website *Agastya Wedding*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang di tetapkan pada Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya sampai pada perancangan antar muka website *Agastya Wedding*.
2. Evaluasi yang dilakukan hanya *user experience*.
3. Google analytics di gunakan sebagai pengujian real dari penelitian ini.
4. UEQ adalah angket yang digunakan dalam Penelitian ini.

1.5 Manfaat

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi *Agastya Wedding*

Dengan adanya Penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif terhadap promosi dan *branding Agastya Wedding* sehingga laju perkembangan bisnisnya semakin cepat dan semakin banyak juga customer yang datang untuk menggunakan jasa *backdrop Agastya Wedding*.

2. Bagi mahasiswa

Manfaat Penelitian ini bagi Mahasiswa adalah sebagai salah satu penerapan ilmu yang sudah di dapat dalam mata kuliah serta manfaat agar Penelitian ini bisa selesai.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Dapat menjadi acuan studi pustaka untuk Penelitian sejenis terutama Penelitian tentang perancangan antar muka website untuk pemasaran atau bisnis.