

# BAB 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pengguna internet aktif di Indonesia sebesar 90 juta, dan 50% lebih merupakan pengguna dari kalangan anak muda atau yang biasa disebut sebagai generasi digital. Mereka merupakan generasi yang sebenarnya punya kemampuan dan kreatifitas untuk dilibatkan dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi masyarakat di era industri 4.0, tetapi kurangnya informasi, pengalaman dan bimbingan yang membuat mereka bingung harus bertindak seperti apa. Maka dibutuhkan wadah institusi pendidikan untuk membimbing serta mendukung potensi yang dimiliki oleh generasi sekarang. Salah satu upayanya yaitu menerapkan kurikulum berbasis kewirausahaan dan teknologi ke dalam sistem pengajaran dengan harapan masyarakat siap mempunyai kemampuan untuk membentuk lapangan pekerjaan sendiri (Setyawan et al, 2018).

Inovasi kurikulum tersebut diterapkan pada sekolah startup yang berada di Kabupaten Jember yaitu Codinggo School, yang dimana Codinggo School ini merupakan cabang program yang dimiliki oleh Codinggo ID. Codinggo ID sendiri merupakan perusahaan bergerak dibidang jasa yaitu pembuatan perangkat lunak pagi UMKM yang dinaungi oleh perusahaan CV Kreasi Karya Milenia yang dimana perusahaan ini bergerak dalam beberapa bidang seperti pendidikan, pertanian dan informatika. CV Kreasi Karya Milenia tersebut baru saja dibentuk secara resmi sejak bulan April tahun 2022. Yang melatar belakangi pembentukan sekolah *startup* Codinggo School ini yaitu sebagai pelatihan atau pendidikan yang diperuntukkan bagi para pelajar, *fresh graduate* dan para orang tua yang memiliki anak untuk diarahkan kedalam dunia bisnis dan teknologi.

Menurut hasil wawancara dengan direktur utama dari CV Kreasi Karya Millenia yaitu Azhar Irvana Gangsar pada tanggal 28 Mei 2022 yang dilakukan secara virtual bahwa sekolah *startup* Codinggo School ini belum mempunyai media promosi dan penyediaan informasi terkait Codinggo School. Pihak Codinggo School juga menyatakan bahwa mereka membutuhkan sebuah media promosi agar

dapat lebih dikenal oleh masyarakat, mengingat juga bahwa umur dari perusahaan ini masih sangat muda dan baru dibentuk pada tahun 2022. Jika di lihat dari sisi masyarakat juga belum ada pelayanan penyedia informasi terkait program Codinggo School yang dimana hal ini menjadi urgensi.

Sebelum memutuskan dan memberi saran media apa yang cocok untuk mempromosikan Codinggo School ini maka perlunya riset beberapa macam bentuk media *website*, maka di dapati sebagai berikut:

1. Situs *Website* Perusahaan

Merupakan situs web inti yang mewakili bisnis secara keseluruhan. Ini berisi informasi tentang bisnis yang dijalankan, misi dan visi, produk atau layanan yang ditawarkan, informasi kontak, dan deskripsi tentang nilai-nilai yang membuat bisnis menjadi unik.

2. *Blog* atau Situs *Website* Berita

Merupakan media untuk berbagi pengetahuan atau konten informatif dengan audien, membuat *blog* atau situs web berita atau memposting artikel, berbagi pemikiran.

3. Situs *Website Landing Page*

*Landing page* adalah halaman yang dirancang secara khusus untuk mengarahkan lalu lintas pengunjung ke tindakan tertentu atau *call to action*, seperti mendaftar, mengunduh *e-book*, atau meminta informasi lebih lanjut. Situs web ini biasanya memiliki fokus yang sangat spesifik dan tujuan yang terukur.

Setelah melakukan tahapan riset ini maka saran untuk pembuatan media promosi memakai website jenis landing page. *Landing page* sendiri merupakan sebuah halaman pada *website* yang didesain secara khusus dengan *mindset* marketing guna menarik minat para pengguna ketika sedang membuka *website* yang dikunjungi. *Landing page* juga berorientasi pada *action* para pengguna di mana nanti pengguna berada pada persimpangan untuk memutuskan membeli produk yang disediakan atau sebaliknya, hal ini sangat cocok dengan target Codinggo School sendiri yang ingin menggiring para pengguna melakukan aksi yaitu mendaftar untuk bergabung dengan program yang telah disediakan. Dengan

menggunakan *landing page*, perusahaan bisa lebih menghemat biaya serta lebih efektif dan efisien agar perusahaan lebih mudah ditemukan oleh para pengguna, sehingga secara tidak langsung bisa meningkatkan *brand awareness* jasa perusahaan tersebut (Ambarsari *et al*, 2021).

Dalam perancangan *user interface* dan *user experience*. Banyak sekali metode yang digunakan pada saat penelitian seperti metode *Lean UX*, metode *User Centered Design*, metode *Design Thinking* dan metode *Five Planes of UX*. Pada penelitian kali ini metode yang digunakan adalah metode *Lean UX*. Menurut Gothelf dan Seiden (2013) *Lean UX* adalah suatu pendekatan untuk merancang dan mengembangkan produk atau layanan yang berfokus pada pengalaman pengguna (*user experience*) dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip *agile* yang dimana prinsip *agile* ini sebuah proses perancangan *user experience* secara bertahap dan terus menerus berulang sampai mendekati hasil yang sesuai. Metode *Lean UX* ini bertujuan untuk mengurangi pemborosan waktu dan sumber daya dalam proses pengembangan produk atau layanan, sehingga dapat menciptakan produk yang lebih efektif, efisien, dan inovatif (Gothelf dan Seiden. 2013).

Metode *Lean UX* pernah diterapkan dalam penelitian Afif Fathurrahman pada tahun 2022 dengan judul Perancangan *UI/UX* Pada *Startup* Suvis Indonesia Menggunakan Metode *Lean UX Startup*. Penelitian tersebut bertujuan untuk membuat *user interface* dan *user experience* yang dapat dinilai *user friendly* bagi pengguna. Dan terdapat penelitian oleh Muhammad Syafi'i pada tahun 2021 dengan judul Perancangan Desain *UI/UX* Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan Pada UKM MNDecoration Menggunakan Metode *Lean UX*. Penelitian tersebut bertujuan untuk merancang desain *UI/UX* untuk memudahkan konsumen untuk mengetahui katalog model *backdrop*, harga dan harga paket sehingga konsumen tidak diharuskan untuk mendatangi lokasi terlebih dahulu namun akan bisa melihat melalui *website* dan media sosialnya agar lebih efisien waktu bagi konsumen. Karena kedua penelitian tersebut menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan *user friendly*, maka dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Lean UX* guna menghasilkan desain antarmuka yang mudah digunakan dan di terima dengan baik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana menerapkan metode *Lean UX* pada perancangan *landing page* sekolah *startup*?
2. Bagaimana hasil evaluasi desain *user experience* pada *landing page* sekolah *startup*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menerapkan metode *Lean UX* pada perancangan *landing page* sekolah *startup*.
2. Mengetahui hasil evaluasi desain *user experience* pada *landing page* sekolah *startup*.

## 1.4 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi :

1. Bagi CV Kreasi Karya Milenia

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat ikut berkontribusi dalam kelancaran dan perkembangan CV Kreasi karya Milenia agar semakin dikenal dan menyebar luas di kalangan masyarakat dan instansi.

2. Bagi *Codinggo School*

Dapat membantu perkembangan *Codinggo School* sebagai media penyedia informasi sekolah *startup* agar dikenal dan menyebar luas di kalangan masyarakat dan instansi.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang adanya sekolah *startup* di Kabupaten Jember yaitu *Codinggo School*.