

PERANCANGAN *MOBILE WEBSITE* DIREKTORI *COFFEE INDUSTRY* KOTA MALANG DALAM MENDUKUNG “*CAFÉ HOPPING*”

Reyza Dwi Dzulqarnain Kahfi^{1*}, Irfansyah²

^{1*} Program Studi Magister Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Indonesia

² Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Indonesia

Email: ^{1*}reyzadzulqarnain@gmail.com, ²irfansyah@itb.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan industri kopi di Kota Malang menciptakan tantangan bagi pelaku usaha dan penikmat kopi. Fenomena "cafe hopping" menjadi tren yang menarik perhatian, namun kesulitan dalam mencari kedai kopi yang sesuai menimbulkan hambatan. Penelitian ini merancang mobile website Direktori Coffee Industri Kota Malang dengan pendekatan design thinking dan Elements of User Experience. Dengan melibatkan pemilik kedai, penikmat kopi, dan HIPMI Kota Malang, hasil perancangan diharapkan mampu mengatasi hambatan tersebut, memberikan informasi yang efektif, dan mendukung pertumbuhan industri kopi di Kota Malang.

Kata Kunci: Industri Kopi, Mobile Website, Cafe Hopping, Design Thinking, Kota Malang

Abstract

The growth of the coffee industry in Malang presents challenges for businesses and coffee enthusiasts. The phenomenon of "cafe hopping" has become a notable trend, but difficulties in finding suitable coffee shops pose obstacles. This research designs a mobile website for the Coffee Industry Directory in Malang using the design thinking and Elements of User Experience approaches. Involving coffee shop owners, enthusiasts, and HIPMI Malang, the design aims to overcome these barriers, provide effective information, and support the growth of the coffee industry in Malang.

Keywords: Coffee Industry, Mobile Website, Cafe Hopping, Design Thinking, Malang City

How to cite:	Reyza Dwi Dzulqarnain Kahfi, Irfansyah (2022) Perancangan Mobile Website Direktori Coffee Industry Kota Malang Dalam Mendukung “Café Hopping”, (7) 09. Doi: 10.36418/syntax-literate.v7i9.3555
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Pendahuluan

Kopi memiliki tempat khusus di hati banyak orang di penjuru dunia. Kopi telah menjadi lebih dari sekedar minuman, kopi dapat mewakili gaya hidup, pengalaman sosial, dan kesempatan untuk eksplorasi sebuah budaya. Di berbagai daerah di Indonesia, kopi telah menjadi fenomena yang merangkul banyak aspek kehidupan, berbagai etnis, geografi yang beragam, dan perpaduan pengaruh tradisional dan modern. Fenomena minum kopi atau *ngopi* berkembang tidak terlepas dari gaya masyarakat urban yang gemar berkumpul dan mengekspresikan diri. Budaya *ngopi* juga sudah bergeser dari menikmati secangkir kopi menjadi pilihan gaya hidup berbagai kalangan. Semakin modern sebuah era maka semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup manusia itu sendiri. Gaya hidup konsumtif salah satunya yang mendorong budaya *ngopi* menuju tingkatan yang berbeda dari sebelumnya. Konsumtif secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran para konsumen hingga melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak ada habisnya.

Hal ini menciptakan fenomena unik yang dikenal sebagai "*cafe hopping*" yang melibatkan mengunjungi berbagai kedai kopi untuk menikmati suasana, kualitas kopi, dan menu yang tersedia. Fenomena *cafe hopping* ini telah menciptakan budaya, gaya hidup dan pola konsumerisme tersendiri, khususnya di kalangan penikmat kopi dan pengunjung yang mencari pengalaman baru. Pengunjung sering bepergian ke kedai kopi yang berbeda untuk menjelajahi rasa dan jenis kopi yang berbeda, menikmati suasana yang berbeda, dan mengabadikan momen dengan membagikannya di media sosial. Gaya hidup yang mengalir melalui secangkir kopi menjadikan *ngopi* sebagai pilihan gaya hidup yang bisa didapatkan, diisi ulang, atau bahkan ditingkatkan (Tucker, 2011: 6-7). Terlebih dengan banyaknya bermunculan *cafe* dan kedai kopi, menjadikan *cafe hopping* ini menjadi sebuah tren yang marak dalam beberapa tahun terakhir di berbagai daerah di Indonesia.

Pada akhirnya *ngopi* menjadi sebuah aktifitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri yang tidak lebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat untuk menunjukkan eksistensi diri yang lain sebagai simbol status sosial, harga diri, dan citra insan modern dan tidak ketinggalan zaman. Oleh sebab itu hal ini erat kaitannya dengan sebuah eksistensialisme dari pribadi seseorang. Kopi dipandang sebagai artefak budaya masyarakat urban yang terikat pada praktik sosial dan kemudian dianggap sebagai profil atau identitas sosial. Budaya kopi dan budaya anak muda dikenal eksis sebagai sirkuit budaya yang menonjolkan empat momen yakni budaya, representasi, identitas, produksi, konsumsi. Budaya *ngopi* telah menjadi pilihan gaya hidup bagi anak muda umumnya untuk memenuhi representasi identitas anak nongkrong yang ideal.

Kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari produk domestik bruto (PDB). Namun sektor ini sedikit-banyak kurang memiliki kekuatan untuk memasarkan dan memperkenalkan merek mereka. Saat merancang direktori media perlu pertimbangan desain sangat penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang terbaik dan tidak terbatas oleh system dari suatu *platform*. Desain yang baik harus dapat menyajikan informasi secara efektif, jelas, intuitif dan menarik, serta memberikan pengalaman yang mudah dan memuaskan kepada *user* dalam mencari dan menjelajahi kedai kopi di Kota

Malang. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mendalam untuk menghasilkan desain media direktori industri kopi yang efektif dan menarik perhatian pengguna di kota Malang.

Mobile website memiliki potensi dan solusi yang cukup signifikan sebagai media direktori karena dikelola tanpa mengikuti system dari suatu *platform* sosial media yang banyak digunakan oleh media direktori yang saat ini banyak bermunculan. Perancangan *mobile website* ini juga akan bekerja sama dengan media direktori online di Kota Malang yakni Kondimen (@kondimen.mlg) yang sudah berkiprah sejak 1 April 2017 menjadi salah satu pionir media direktori kopi di Kota Malang dengan jumlah pengikut sebanyak 13 ribu di Instagram, menjadikan Kondimen sebuah media yang diakui oleh penikmat kopi. Kondimen lahir dari keresahan munculnya kedai kopi atau *café* yang banyak bermunculan di Kota Malang. Kondimen ingin memudahkan para penikmat kopi untuk menemukan kedai kopi atau *café* yang akan dikunjungi. Teori desain media direktori berbasis *mobile website* mengacu pada prinsip-prinsip dan konsep yang digunakan dalam merancang dan mengembangkan sebuah direktori online. Sebuah direktori online adalah situs web yang memuat daftar tautan atau informasi tentang berbagai situs web atau sumber daya online lainnya, biasanya diorganisir dalam kategori-kategori atau subkategori yang berbeda.

Dalam perancangan media direktori berbasis *mobile website*, penelitian ini menggunakan teori *design thinking*. *Design thinking* merupakan sebuah eksplorasi atau rencana desain dalam berbagai ranah. *Design thinking* mengacu pada sudut pandang sebagai manusia dalam merangkai dan menciptakan sebuah rancangan desain. Lebih lanjut, *design thinking* menitikberatkan pendekatan dengan manusia guna mengintegrasikan kebutuhan manusia lain (pengguna), khususnya terkait penggunaan teknologi dalam kaitannya dengan perkembangan informasi dan bisnis. *Design thinking* akan melakukan pendekatan gabungan tiga faktor, yaitu *viability* (bisnis), *desirability* (manusia), dan *feasibility* (penggunaan teknologi). Nantinya, *design thinking* ini akan berkuat pada inspirasi, ide, dan juga bagaimana penerapannya (Brown, 2008).

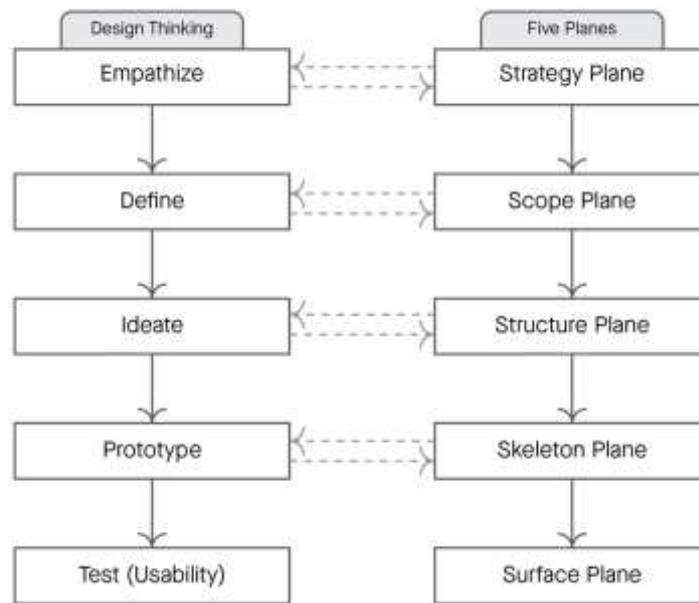
Penelitian ini bertujuan untuk merancang *mobile website* Direktori Coffee Industri Kota Malang yang mendukung "café hopping" dengan fokus pada karakteristik penikmat kopi di Kota Malang. Penelitian ini akan mengembangkan desain media direktori yang responsif dan tepat, serta mengidentifikasi manfaat dan pengaruhnya terhadap industri kopi di kota tersebut. Tujuan utama melibatkan identifikasi karakteristik penikmat kopi "café hopping" dan perancangan *mobile website*, sedangkan manfaatnya mencakup pelayanan informasi dan rekomendasi kepada konsumen, kemudahan bagi wisatawan, peningkatan jumlah pelanggan bagi pelaku industri kopi, serta dukungan terhadap pengembangan sektor kuliner Kota Malang oleh pemerintah daerah. Dengan pendekatan fenomenologi desain, tesis ini diharapkan tidak hanya menjadi acuan bagi desainer, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, industri, dan pemerintah setempat.

Metode Penelitian

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan dua pendekatan utama, yaitu The Elements of User Experience (UX) oleh Jesse James Garrett dan Design Thinking. Dalam konteks perancangan mobile website untuk direktori kedai kopi dan café di Kota Malang, dipilih mobile website sebagai hasil akhir perancangan karena memfasilitasi pengguna untuk mengakses informasi dengan cepat. Tahapan perancangan melibatkan Strategy, Scope, Structure, Skeleton, dan Surface dari The Elements of UX, serta tahapan Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test dari Design Thinking. Metode pengumpulan data mencakup observasi, wawancara mendalam, kuesioner, dan dokumentasi. Data wawancara diperoleh dari tiga narasumber yang merupakan pemilik kedai kopi dan café, serta sekretaris HIPMI Kota Malang, pengerajin biji kopi, dan penikmat kedai kopi di Kota Malang. Analisis data melibatkan proses iteratif design thinking, dengan tahapan Emphatize dan Define untuk memahami kebutuhan pengguna, Ideate untuk mengembangkan ide, Prototype untuk merancang struktur mobile website, dan Test untuk menguji coba kepada pelaku industri kopi dan penikmat kopi di Kota Malang. Proses ini diarahkan untuk memastikan efektivitas, efisiensi, dan tingkat kesenangan pengguna terhadap perancangan mobile website, serta mendapatkan umpan balik untuk melakukan perbaikan jika diperlukan. Selain itu, tahapan pengujian usability mengikuti 10 pedoman pengujian usability dari Nielsen (1994). Metode perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan mobile website direktori yang memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna dalam mendukung aktivitas café hopping di Kota Malang.

Hasil dan Pembahasan

Ideasi dan konsep dasar dalam perancangan ini berdasar pada kebutuhan dan kemudahan dalam mengakses direktori agar tercapainya tujuan yang ingin dicapai, yakni mempermudah konsumen dan pengunjung kedai kopi dan *café* di Kota Malang agar menemukan tempat destinasi sesuai dengan preferensi dan kebutuhan dari pengguna. Dari pengumpulan data yang penulis lakukan dan identitas dari direktori yang akan dikembangkan yakni Kondimen Malang. Metode yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan penggabungan 2 metode yakni *Design Thinking* dan *Five Planes Method*. Penjabaran metode konsep umum digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Konsep Umum Metode Perancangan

A. UI/UX *Mobile Website* Direktori

Pendekatan “Five Planes”. oleh J.J. Garret (2011) digunakan dalam perancangan direktori *mobile website* untuk kedai kopi dan *cafe* ini. Metode ini memiliki lima tahapan atau level yang berbeda, yaitu *Strategy Plane*, *Scope Plane*, *Structure Plane*, *Skeleton Plane*, dan *Surface Plane*. Strategi, batasan, dan struktur *mobile website* berfungsi sebagai bentuk abstrak dari alur, yang kemudian dilakukan ke bentuk konkret dari antarmuka dan pengalaman pengguna. Perancang dapat mengulang di dalam setiap langkah jika diperlukan, tetapi seluruh proses harus diselesaikan secara berurutan.

B. Uji Usabilitas

Uji usabilitas adalah metode mengevaluasi produk atau rancangan dengan pengujian kepada pengguna yang representatif. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi masalah dari fungsi dan pengoperasian, mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, dan menentukan kepuasan pengguna terhadap produk atau rancangan.

Uji usabilitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, dalam hal ini akan ditentukan langkah yang akan dilakukan berdasarkan dari "10 Usability Heuristics for User Interface Design" oleh Jacob Nielsen (1994). Berikut ini beberapa langkah umum yang akan dilakukan.

- a. Penentuan tujuan dan sasaran tes: Hal ini termasuk mengidentifikasi target audiens, tugas-tugas yang akan diuji, dan metrik yang akan digunakan untuk mengukur keberhasilan.
- b. Merencanakan tes: Hal ini mencakup pemilihan pengaturan tes, memutuskan data apa yang akan dikumpulkan, dan membuat rencana tes.

- c. Merekrut peserta: Peserta harus mewakili audiens target dan harus direkrut terlebih dahulu.
- d. Melaksanakan tes: Selama tes berlangsung, peserta harus diminta untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah diidentifikasi dalam rencana tes. Tes harus dilakukan di lingkungan yang tenang dan bebas dari gangguan, dan peserta harus didorong untuk berpikir dengan suara keras saat mereka menyelesaikan tugas-tugas tersebut.
- e. Mengumpulkan data: Data harus dikumpulkan selama tes berlangsung, termasuk pengamatan, catatan, dan metrik. Data ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah kegunaan dan melakukan perbaikan pada produk atau layanan.
- f. Menganalisis data: Data yang dikumpulkan selama pengujian harus dianalisis untuk mengidentifikasi masalah kegunaan dan untuk menentukan kepuasan pengguna terhadap produk atau layanan.
- g. Melaporkan hasil: Hasil uji kegunaan harus dilaporkan kepada para pemangku kepentingan, termasuk perancang, pengembang, dan manajemen. Laporan tersebut harus mencakup rekomendasi untuk meningkatkan produk atau layanan berdasarkan data yang dikumpulkan selama pengujian.

C. Strategy Plane

1. Identifikasi Tujuan

Membuat media direktori *mobile website* untuk kedai kopi dan *café* di Kota Malang adalah tujuan utama dari perancangan ini. Meskipun demikian, tujuan ini dapat didefinisikan dalam bentuk informasi (produk sebagai informasi) dan fungsi (produk sebagai fungsi).

- a. Konsumen dan penikmat kopi dapat mencari informasi kedai kopi dan *café* yang ingin dituju dengan cepat.
- b. Fitur lain yang dihadirkan juga memberikan informasi tentang aktivitas, karir, dan berita terkait kopi dan kedai kopi di Kota Malang.

Tujuan yang telah disebutkan diatas saling berhubungan dengan sumber data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner kepada konsumen kedai kopi dan juga wawancara kepada pelaku industri kopi. Berdasarkan tujuan tersebut, perancangan *mobile website* akan dirancang dengan kemudahan dan kecepatan akses bagi pengguna dalam mencari informasi kedai kopi dan *café* di Kota Malang, serta dengan *update* dan penambahan informasi secara berkala agar pengguna dapat memiliki rekomendasi destinasi kedai kopi dan *cafe* baru untuk mendukung kegiatan *café hopping*.

2. Kebutuhan Pengguna

Kebutuhan pengguna berdasarkan data yang telah dihimpun yakni menitik beratkan pencarian informasi kedai kopi dan *café* yang sesuai dengan preferensi pengguna dengan cepat dan akurat, karena dalam riset perancang menemukan *pain* pengunjung kedai kopi dan *café* yang kesulitan dalam menemukan informasi kedai kopi dan *café* di sosial media karena algoritma yang semakin memperkeruh

pencarian. Selain itu pengguna juga dapat memiliki informasi terkait berita dan aktivitas seputar kopi dan kedai kopi di Kota Malang. Secara garis besar perancangan direktori ini agar terhimpun dan tersip dengan baik tentang kedai kopi dan *café* di Kota Malang.

3. Segmentasi Pengguna

Segmentasi pengguna utama adalah pengunjung dan penikmat kedai kopi dan *café* di Kota Malang. Dibutuhkan informasi seputar kopi dan kedai kopi secara berkala, valid dan transparan. Segmentasi pengguna ini telah dijabarkan dalam sub bab III.4.1 tentang strata segmentasi bagaimana kesinambungan antara segmentasi pengguna dan juga segmentasi kedai kopi dan *café*.

- a. Segmentasi pengguna sekunder adalah pelaku industri kedai kopi dan *café* yang akan memiliki wadah secara nyata dan aktif dalam meningkatkan industri kedai kopi dan *café* di Kota Malang, dimana pelaku dapat melihat reaksi dan pengalaman pengunjung agar dapat menemukan inovasi dan memenuhi kebutuhan pengunjung dan penikmat kopi.

D. Scope Plane

Pada tahapan ini, dalam hal kebutuhan fungsional dan konten direktori, penulis membatasi elemen-elemen yang telah dibahas pada tahap strategi sebelumnya. *Functional Specifications, Content Requirements, dan User Requirements* merupakan tiga bagian dari tahap ini. Berikut ini adalah penjelasannya dari tahapan yang telah disebutkan.

1. Function Specification

Aspek yang akan digunakan untuk membuat direktori kedai kopi dan *café* di Kota Malang memiliki batasan yang telah ditentukan. Berikut ini adalah kebutuhan fungsi utama dari direktori, yakni:

- a. Direktori dan konten bersifat informatif dan rekomendatif tentang kedai kopi dan *café* di Kota Malang.
- b. Navigasi utama akan berada pada filter direktori dimana fitur tersebut akan memudahkan pengguna dalam pengoperasian perancangan.
- c. Perancangan sistem dengan fitur direktori agar pengguna dapat menyaring dan menemukan informasi dengan spesifik dan mudah tentang kedai kopi dan *café* sesuai dengan preferensi pengguna.
- d. *Mobile website* terbagi menjadi dua bagian yaitu direktori dan artikel informasi terkait industri. Masing-masing akan memiliki halaman khusus untuk menampilkan informasi yang terkategori.

2. Content Requirements

Penulis menyusun konten-konten yang dibutuhkan sebagai panduan untuk tahap selanjutnya, berdasarkan kebutuhan dan tujuan dari penggunaan website yang telah dijabarkan pada tahap sebelumnya. Berdasarkan sumber data dan tujuan perancangan *mobile website* direktori, penulis menentukan konten yang akan dirancang sebagai panduan untuk tahapan berikutnya. Terdapat dua bagian besar untuk konten yang ditentukan, yakni:

a. Filter Direktori

Filter direktori menjadi konten utama dalam membantu pengguna dalam mencari kedai kopi dan *cafe* juga sebagai wadah penyampaian informasi terkait industri kopi di Kota Malang. Berdasarkan topik dan objek penelitian yakni kedai kopi dan *cafe* di Kota Malang, dimana sumber data berkaitan dengan penentuan konten informasi yang akan ditampilkan. Berdasarkan kategori yang telah ditentukan terdapat beberapa kebutuhan meliputi cakupan area, sajian, jangkauan harga, hingga fasilitas yang diberikan. Komponen tersebut berdasar dari masing-masing kategori yang diberi keterangan dari tingkat prioritas. Setiap pengoperasian direktori memiliki skema yang akan memberikan komponen informasi sesuai dengan filter yang telah dipilih. Berikut paparan skema yang berhubungan dengan komponen informasi dalam direktori tersebut:

- 1) Jangkauan area yang akan mencakupi 5 kecamatan di Kota Malang, serta terdapat *landmark* yang akan menjadi penanda cakupan area, seperti halnya sekitar kayutangan, alun-alun, tugu, dsb.
- 2) Fasilitas yang dimiliki oleh tiap kedai kopi akan dijabarkan dan dapat di filter sesuai dengan preferensi pengunjung, seperti halnya ruangan *indoor*, terdapat *smoking area*, area parker yang luas, dsb.
- 3) Menu sajian juga dapat dipilih dalam konten filter ini yang telah dikategorikan sesuai garis besar dari jenis kategori menu, seperti halnya jenis olahan kopi, sajian barat, sajian asia, program sarapan, dsb.
- 4) Rentang harga yang telah disesuaikan berdasarkan pada jangkauan harga seluruh kedai kopi di Kota Malang dan akan dijadikan satuan pengukuran dari poin 1 (termurah). hingga 5 (termahal).

b. Informasi Industri Kopi

Konten utama yang kedua terdapat beberapa bagian konten yang termasuk dalam lingkup informasi industri kopi di Kota Malang yang diperbarui secara berkala dan waktu yang sebenarnya. Hal ini menjadi wadah baru bagi masyarakat dan pengguna agar mendapat informasi seputar kegiatan dan edukasi mengenai industri kopi di Kota Malang. Terdapat kategori konten yakni Aktifitas, Berita dan Karir seputar industri kopi di Kota Malang.

3. User Requirements

Ekspektasi pengguna dan interaksi dalam pengoperasian *mobile website* dalam *User Requirements*. Pengguna diharapkan dapat menjalankan fitur-fitur yang dihadirkan dan dapat menyelesaikan tugas dalam pencarian informasi dalam direktori *mobile website*. Berikut merupakan tugas yang pengguna harus dapat jalankan dalam direktori, yakni:

Tabel 1
User Requirements direktori kedai kopi

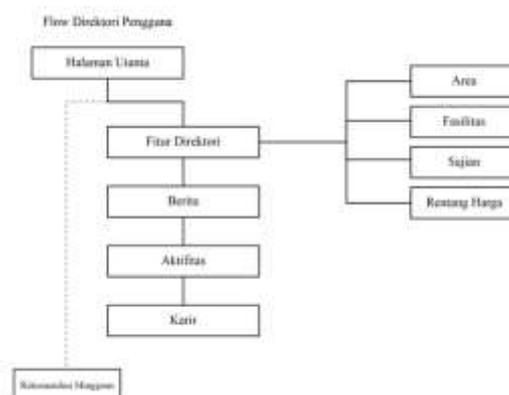
Pengguna	Interaksi dan Ekspektasi Pengguna
1. Pengunjung Kedai Kopi dan Cafe di Kota Malang	Memanfaatkan fitur di <i>homepage</i> .
2. Penikmat Kopi yang berkunjung atau di Kota Malang	Mencari informasi kedai kopi dan <i>cafe</i> terdekat atau sesuai dengan preferensi yang ingin dikunjungi.
3. Pelaku industri kopi di Kota Malang	Mencari informasi terkait berita, aktifitas kegiatan seputar kopi atau di kedai kopi dan <i>cafe</i> di Kota Malang.
4. Masyarakat umum yang berkunjung di Kota Malang	Menemukan detail informasi dan memanfaatkan fitur seperti foto, ulasan, video, dsb. dalam artikel kedai kopi dan <i>cafe</i> yang ingin dikunjungi.

4. Structure Plane

a. Interaction Design

Setelah membagi jenis pengguna yang dilakukan di User Requirements, maka ditentukan interaksi yang juga disesuaikan kepada jenis pengguna agar alur pengoperasian pada mobile website dapat menunjang kebutuhan fitur dari pengguna.

Rancangan interaksi untuk pengguna sudah dapat memanfaatkan fitur di homepage sesaat awal mengakses mobile website. Lalu pengguna juga dapat mencari informasi spesifik terkait kedai kopi dan cafe menggunakan fitur filter direktori yang akan diatur atau disesuaikan dengan bagian tersendiri agar memudahkan dalam pengoperasian oleh segala jenis pengguna. Interaksi yang dirancang pada filter direktori akan sangat memudahkan dan mempercepat pencarian oleh pengguna. Penjabaran detail interaktif dalam mobile website akan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. Interaction design pengguna

b. Information Architecture

Pemetaan konten informasi yang akan disusun dalam situs web direktori ini adalah tujuan dari langkah hierarki ini. Halaman utama menampilkan entri data dengan kategori kategori terbaru sebagai pusat penyajian konten informasi.

c. User Task Flow

Untuk memberikan pengalaman pengguna dan membantu pengguna mencapai tujuan mereka ketika mengoperasikan *mobile website* direktori dibutuhkan alur pengguna karena hal ini menjadi salah satu komponen utama dalam tahap bidang struktural. Alur ini menunjukkan berbagai tahapan yang mungkin dilakukan oleh pengguna saat berinteraksi, mulai dari navigasi hingga menyelesaikan aktivitas yang diinginkan. Pengguna dapat mencari informasi secara efisien karena dirancang intuitif melalui alur kerja pengguna. Alur ini menjadi landasan dalam perancangan struktur dan navigasi agar tercapainya tujuan yang komprehensif.

5. Skeleton Plane

a. Interface Design

Antarmuka dirancang dengan mengedepankan hirarkis tata letak agar dapat mencapai tujuan dimana direktori *mobile website* dapat mempermudah dan mempercepat pencarian kedai kopi dan *café* sesuai dengan preferensi pengguna, dengan elemen terkait yang sederhana namun efektif dan tidak memiliki banyak aksesoris dan ornamen diharapkan dapat memberikan prioritas konten yang sesuai.

b. Navigation Design

Perancangan navigasi dalam direktori *mobile website* mempertimbangkan kebutuhan dan celah yang dapat menjadi solusi dalam alur pengoperasian dan struktur informasi konten. Desain dalam navigasi dibuat agar dapat diakses dengan cepat dan mudah dalam pengoperasian bagi pengguna untuk menjelajahi seluruh fitur dan konten yang dihadirkan. Hal tersebut agar pengguna dapat memanfaatkan direktori dengan responsif.

6. Surface Plane

Tahapan akhir dalam metode *five planes* ini yakni *Surface Plane* dimana fokus dalam hal ini adalah bagaimana menentukan tampilan visual yang menarik dan fungsional dalam kebutuhan direktori kedai kopi dan *café* di Kota Malang. Tahap ini akan mempertimbangkan estetika visual dan kemudahan dalam pengoperasian agar dapat memberikan kemudahan pada pengguna. Penggabungan antar elemen grafis seperti halnya warna, elemen, ikon, dan tipografi akan dikemas sedemikian rupa agar dapat mencapai antarmuka yang harmonis dan berkesinambungan antara satu dengan lainnya. Selain itu hirarkis konten juga dipertimbangkan agar pengoperasian perancangan dapat tersampaikan dengan baik. Berikut adalah hasil dari tampilan antarmuka direktori *mobile website*.

7. Prototype Mobile Website

Tahapan ini merupakan metode dalam pengembangan sebuah rancangan dengan menggabungkan unsur-unsur yang sudah ditentukan. Hal ini ditujukan untuk dapat dioperasikannya sebuah rancangan dalam hal ini adalah direktori *mobile website*. Perancang menggunakan *software* yang umum digunakan dalam *prototyping mobile website* yakni Figma, karena kemudahan dalam pengoperasian. Dalam memenuhi kebutuhan navigasi dan interaksi dapat dilakukan dengan *software* ini dengan menghubungkan antara satu halaman dengan yang lain. Berikut adalah gambaran dari *prototype* dalam perancangan ini.

8. Uji Usabilitas

Setelah seluruh proses perancangan telah usai dilakukan, tahap selanjutnya merupakan tahap pengujian agar dapat memiliki tolak ukur pada perancangan ini dalam segi kegunaan, alur, kemudahan, serta tujuan yang ingin dicapai sudah terpenuhi. Metode yang digunakan merupakan *Heuristic Evaluation* dari Nielsen. Metode ini merupakan pengujian yang cukup sering digunakan dalam menilai perancangan *website* karena proses yang cukup ringkas dan tidak memerlukan biaya yang banyak. *Heuristic Evaluation* memiliki 10 poin yang menjadi tolak ukur penilaian yakni *Visibility of system status, Match between system and the real world, User control and freedom, Consistency and Standards, Error Prevention, Recognition rather than recall, Flexibility and efficiency of use, Aesthetic and Minimalist design, Help users recognize, diagnose, and recover from errors, dan Help and documentation.*

Prototype yang akan di uji cobakan dilakukan melalui scenario tugas dengan menentukan partisipan yakni khalayak umum sesuai dengan segmentasi dan tujuan dari perancangan ini dengan mempertimbangkan karakteristik pengguna yang juga pengunjung kedai kopi dan *café*. Dari hasil uji usabilitas diatas akan dievaluasi dan akan dijadikan acuan penilaian apakah perancangan sudah memenuhi penilaian dari uji usabilitas ataupun masih perlu ada perbaikan. Berikut merupakan penjabaran dari metode uji usabilitas yang akan dilakukan dalam perancangan ini.

a. Tujuan Uji Usabilitas

Penetapan tujuan dalam uji usabilitas ini dilakukan agar memiliki batasan yang ingin dicapai. Berikut merupakan tujuan yang penulis tentukan berdasarkan sumber data yang dimiliki.

- 1) Evaluasi menyeluruh dari rancangan dengan metode dari *Heuristic Evaluation* dimana dilakukan identifikasi sejauh mana perancangan sesuai dengan 10 poin dari metode yang telah ditentukan.
- 2) Evaluasi kekurangan dari perancangan yang menjadi penghambat dalam pengoperasian direktori *mobile website*.
- 3) Mendapat umpan balik dari pengguna yang akan menjadi penanda apakah perancangan sudah mencapai tujuan yang diharapkan atau masih perlu adanya perbaikan.
- 4) Memiliki penilaian dari pengguna bagaimana perancangan yang sudah dilakukan dari segi fungsionalitas dan estetika visual.

b. Partisipan Uji Usabilitas

Pemilihan partisipan untuk prosedur uji usabilitas dilakukan secara acak kepada pengunjung kedai kopi dan *café* di Kota Malang agar tujuan kepada segmentasi dapat terpenuhi. Partisipan yang dipilih juga diharapkan dapat menjadi penggambaran dari kebanyakan pengunjung kedai kopi dan *café* di Kota Malang. Berikut adalah partisipan yang didapatkan dalam proses uji usabilitas dilakukan.

Tabel 2
Daftar partisipan uji usabilitas

No.	Partisipan	
1	Nama	Hanisa Pramesty
	Profesi	Mahasiswa
	Pengunjung dari kedai kopi	Jokopi
No.	Partisipan	
2	Nama	Denni Ardyanto
	Profesi	Pekerja Swasta
	Pengunjung dari kedai kopi	Amstirdam Coffee
No.	Partisipan	
3	Nama	Yolan
	Profesi	Pelajar SMA
	Pengunjung dari kedai kopi	Toko Roti Cengli

c. Prosedur Uji Usabilitas

Prosedur yang akan dijalankan dalam uji usabilitas perancangan ini dengan menggunakan skenario tugas yang perlu dijalankan oleh partisipan. Skenario tugas disusun menyesuaikan dengan bagian dari rancangan untuk melihat kegunaan dari sebuah fitur, navigasi dan alur pengoperasian. Skenario tugas ini akan diberikan nilai oleh partisipan sesuai dengan tingkat kesulitan dalam pengoperasian direktori *mobile website*. Penilaian akan menggunakan poin 1 (Sulit), 2 (Sedang), 3 (Mudah). Berikut adalah detail skenario tugas serta perhitungan nilai yang akan dilakukan.

9. Hasil dan Analisis Uji Usabilitas

a. Analisis Uji Usabilitas

Dari tabel hasil uji usabilitas diatas maka selanjutnya akan dilakukan analisis dan penilaian rata-rata. Penilaian akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang akan ditetapkan pada setiap pengujian. Berikut adalah kategori penilaian yang telah ditentukan untuk dapat menentukan hasil analisis dari uji usabilitas yang telah dilakukan.

Tabel 3
Tabel kategori penilaian uji usabilitas

No.	Kategori Penilaian Skenario Tugas	Kategori Hasil
1	0-8	Tidak Baik (Perlu iterasi)
2	9-16	Baik
3	17-24	Sangat Baik

Tabel 4
Tabel kategori penilaian skenario tugas

No.	Kategori Penilaian <i>Heuristic Evaluation</i>	Kategori Hasil
1	0-10	Sangat Tidak Baik (Perlu iterasi)
2	11-20	Tidak Baik (Perlu iterasi)
3	21-30	Cukup Baik
4	31-40	Baik
5	41-50	Sangat Baik

Dari kategori penilaian diatas akan dijadikan acuan untuk memberikan nilai rata—rata keseluruhan pada uji usabilitas yang telah dilakukan oleh partisipan. Nilai ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan untuk perancang apabila terdapat kekurangan dalam penilaian dan menemukan titik permasalahan yang ditemukan oleh partisipan. Partisipan akan di inisialkan dengan Partisipan 1 (P1), Partisipan 2 (P2), Partisipan 3 (P3). Berikut adalah hasil analisis dari penilaian dari uji usabilitas.

Tabel 5
Tabel hasil rata-rata penilaian skenario tugas partisipan

No.	Rata-rata Penilaian Poin Penilaian	Nilai		
		P1	P2	P3
		1	Mengamati halaman utama.	2
2	Mengamati rekomendasi kedai kopi mingguan.	3	3	3
3	Mencari preferensi kedai kopi yang ingin dituju melalui filter direktori	3	2	3
4	Menentukan kedai kopi sesuai preferensi yang telah dipilih melalui filter direktori	3	2	2
5	Menentukan dan mencari informasi dari kedai kopi dari hasil pencarian filter direktori	2	3	3
6	Mengamati <i>burger menu</i>	3	3	3

7	Menentukan dan memilih konten dan fitur yang ada di dalam <i>burger menu</i>	2	3	3
8	Mencari informasi yang telah tersedia dari kategori yang dipilih dalam <i>burger menu</i>	2	2	3
Jumlah Skor		20	21	23
Kategori Hasil Penilaian		Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

Tabel 6
Tabel hasil rata-rata penilaian uji usability partisipan

No.	Rata-rata Penilaian Poin Penilaian	Nilai		
		P1	P2	P3
1	<i>Visibility of system status</i>	4	5	5
2	<i>Match between system and the real world</i>	5	4	5
3	<i>User control and freedom</i>	3	4	4
4	<i>Consistency and Standards</i>	4	4	5
5	<i>Error Prevention</i>	2	2	2
6	<i>Recognition rather than recall</i>	4	2	3
7	<i>Flexibility and efficiency of use</i>	5	5	5
8	<i>Aesthetic and Minimalist design</i>	5	5	5
9	<i>Help users recognize, diagnose, and recover from errors</i>	3	5	3
10	<i>Help and documentation</i>	2	3	2
Jumlah Skor		37	34	39
Kategori Hasil Penilaian		Baik	Baik	Baik

Dari table penilaian yang telah dilakukan, *prototype* dari perancangan direktori kedai kopi dan *café* di Kota Malang menunjukkan penilaian di kategori sangat baik untuk uji usability skenario tugas dan kategori penilaian baik untuk penilaian 10 poin *heuristic evaluation*. Berdasarkan hasil ini didapatkan bahwa perancangan ini dapat memenuhi kriteria dari kebutuhan pengguna yakni pengunjung kedai kopi untuk mendukung kegiatan *café hopping*.

Kesimpulan

Kopi dan Kota Malang saling terkait dalam menggambarkan dinamika industri kopi dan budaya ngopi di perkotaan. Meskipun pertumbuhan ini menjanjikan, banyak pelaku dan penikmat kopi merasakan stagnasi dalam industri tersebut. Untuk mengatasi kesulitan dalam mencari kedai kopi dan mendukung fenomena "cafe hopping," penelitian

Perancangan Mobile Website Direktori Coffee Industry Kota Malang Dalam Mendukung “Café Hopping”

ini merancang mobile website Direktori Coffee Industri Kota Malang dengan pendekatan design thinking. Temuan lapangan menunjukkan tantangan industri, kesulitan pelaku cafe hopping, dan dampak negatif dari penggunaan sosial media sebagai direktori. Dengan fokus pada kebutuhan pengguna, tren desain, dan uji coba prototipe, perancangan ini bertujuan memberikan kontribusi positif dalam mengatasi masalah tersebut dan mendukung perkembangan industri kopi di Kota Malang.

BIBLIOGRAFI

- Aak.(1980): *Budidaya Tanaman Kopi*. Yogyakarta. Yayasan Kanisius.
- Aziz, A. (2018): *Coffee Culture and Social Interaction in Malang City*. *Journal of Indonesian Coffee Studies*, 12(3), 215-228.
- Bricklin, D. (2018): *The Evolution of the World Wide Web: From Directory to Search. In Technology and the Future of Work*, 35-50. Routledge.
- Bringhurst, Robert (2012): *The Elements of Typographic Style*. Vancouver: Hartley & Marks Publishers.
- Brown, Andy & Jones, Rhia & Crabb, Michael & Sandford, James & Brooks, Matthew & Armstrong, Michael & Jay, Caroline. (2015). *Dynamic Subtitles: The User Experience*.
- Brown, D. (2019): *Cross-Platform UX Design: Creating Consistent User Experiences across Devices*. O'Reilly Media.
- Brown, T. (2008): *Design thinking*. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensi*. Yogyakarta. Percetakan Jelasutra.
- Chaney, D. (2002): *Lifestyle, Values, and Beliefs: A Global Perspective*. Bloomsbury Academic.
- Clark, J. A., (2015): *Responsive Web Design in Practice*. 1st penyunt. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Danarti dan Najayati, S. (2004): *Kopi: Budidaya dan Penanganan Pasca Panen*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Garrett, J. J., (2011): *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, Second Edition. California, *Newriders*.
- Giles, J. (2005): *Internet encyclopaedias go head to head*. *Nature*, 438(7070), 900-901.
- Hagtvedt, H., & Patrick, V. M. (2018): *The Moderating Role of Physical Environments in the Experience of Incongruity*. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 174-190.

- Hattox, R. S. (1985): *Coffee and Coffeeshouses: The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East*. University of Washington Press.
- Hidayat, B. (2021): The Aesthetics of Coffee Shops in Malang City. *Coffee Aesthetics Review*, 45(2), 120-134.
- Hoch, S. J., & Deighton, J. (1989): *Managing what consumers learn from experience*. *Journal of Marketing*, 53(2), 1-20.
- ISO. (2019): *ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system: Human-centred design for interactive systems*. International Organization for Standardization, 210.
- Kare, S. (2010): *Icons Speak: Susan Kare on Icon Design*. Smashing Magazine.
- Kotler, Keller. (2008): *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krug, S. (2014): *Don't Make Me Think, Revisited: A CommonSense Approach to Web Usability*. New Riders.
- Lupton, E. (2010): *Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, & students*. New York: Princteton Architectural Press.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010): *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- Marcotte, E. (2010): *Responsive Web Design*. A List Apart.
- McQuivey, J. (2013). *Digital Disruption: Unleashing the Next Wave of Innovation*. Las Vegas: Amazon Publishing
- Moskowitz, M., & Schatzberg, A. (2009): *The Starbucks Experience: 5 Principles for Turning Ordinary into Extraordinary*. McGraw-Hill.
- Nielsen, J. (1993): *Usability Engineering*. Academic Press.
- Nielsen, J., & Norman, D. (1994): *User Interface Directions for the Web*. Nielsen Norman Group.
- Nielsen, Jakob. (1999): *Usability Evaluation Methods: The Reliability and Usage of Cognitive Walkthrough and Usability Test*. Denmark.
- Norman, D. (2013): *The Design of Everyday Things*. Basic Books.

- Norman, D. (2004): *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Ogah, C.O. & Obebe, T.O. (2012): Caffeine Content of Cocoa and Coffee Beverages in Lagos, Nigeria, *Global Research Publishing*, 3 (1), 404- 405.
- Park, A.Y, Gretzel.U. (2007): Success Factors for Destination Marketing Web Sites: A Qualitative Meta-Analysis. *Journal of Travel Research (SAGE Publications)*-Vol. 46, Iss: 1, pp 46-63. doi.org/10.1177/00472875073023
- Pendergrast, M. (2010): *Uncommon Grounds: The History of Coffee and How It Transformed Our World*. Basic Books.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998): Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Shneiderman, B. (2010): *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Pearson.
- Smith, A. (2019): *The Rise of the Coffee Connoisseur: From Gourmet Beans to Latte Art*. *Coffee Connoisseur Magazine*, 35(4), 42-47.
- Smith, J., (2010): *The History of Temperate Agroforestry*. Organic Research. Center.
- Spencer, Anne Ross, (2017): Epidemiology as a Framework for Large-Scale Mobile Application Accessibility Assessment. In *Proceedings of the 19th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility (ASSETS '17)*. ACM, NewYork, NY, USA, 2–11.
- Spiekermann, Erick. (2014): *Stop Stealing The Sheep & Find Out How Type Works*. United States: Peachpit.
- Subandy, Idi Ibrahim. (1997): *Ectasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan Pustaka
- Tschichold, Jan, (1991): *The Form of the Book*, Hartley & Marks.
- Tucker, Catherine M. (2011): *Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections*. New York: Routledge, 6-7.

Ward, J., O'Malley, L., & Kovacs, B. (2017): Café Culture: Exploring coffee shop social interaction and implications for design. Proceedings of the 2017 Conference on Designing Interactive Systems, 797-809.

Walter, A. (2011). Designing for Emotion. A Book Apart.

Badan Pusat Statistik Kota Malang. Diperoleh melalui situs internet: <https://malangkota.bps.go.id/indicator/16/133/1/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html/>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2023.

DeMers, J. (2014). The Ultimate Guide To Article Directories And Their Benefits. Forbes.

Gallagher, B. (2020). How to Use Online Business Directories: 25 Tips to Get Results. SCORE.

GSMA. (2021). The Mobile Economy 2021. Diperoleh melalui situs internet: <https://www.gsma.com/mobileeconomy/>.

International Telecommunication Union (ITU). (2021). ICT facts and figures 2020.

Liew, C. (2020). The Difference Between Web Directories and Search Engines.

Nielsen, J. (2016). Mobile Usability.

Nielsen, (2018). Nielsen. Diperoleh melalui situs internet: www.nielsen.com

Pew Research Center. (2021). Mobile Technology and Home Broadband 2021

Copyright holder:

Reyza Dwi Dzulqarnain Kahfi, Irfansyah (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

