

# Perancangan *User Interface (UI) & User Experience (UX) Mobile Website Templates* Undangan Pernikahan Digital Bagi Kalangan Generasi Milenial Indonesia

Parlindungan Siregar, Naomi Haswanto

Magister Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung  
*Email:* parlindungan89siregar@gmail.com, naomidkv@office.itb.ac.id

## ABSTRAK

Undangan pernikahan selama ini menggunakan cara konvensional, dengan kertas. Biaya yang tidak murah, pencetakan undangan yang membutuhkan waktu lama, dan isu lingkungan dalam penggunaan kertas. Perkembangan teknologi dan revolusi internet yang begitu cepat memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia. Kemunculan undangan pernikahan berbentuk digital memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Undangan pernikahan tidak lagi menggunakan media kertas. Undangan pernikahan dengan desain *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* memberikan pengalaman baru. Perancangan UI/UX merupakan tahap yang penting karena memberikan kesan awal bagi calon *user*. Perancangan undangan pernikahan digital menggunakan pendekatan metode *design thinking*, yaitu metode desain yang dilakukan secara berulang (*iterative*). Metode ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Proses *empathize* menggunakan kuesioner dan wawancara. Responden kuesioner berjumlah 92 orang dengan rentang usia 25 hingga 35 tahun dan memiliki tingkat ekonomi menengah ke atas. Selain berasal dari kalangan *well educated*, responden merupakan pengguna internet aktif. Hasil penelitian menunjukkan, responden lebih menyukai gaya desain undangan *simple modern*. Pada proses *define*, pengguna membutuhkan beberapa *template* undangan pernikahan digital dengan nuansa internasional dan tradisional. Dirancang interaktif, *user friendly*, dan memiliki fitur-fitur yang dapat dikustomisasi. Selanjutnya proses *ideation* dilakukan berdasarkan analisis dari proses *define*, yaitu perancangan *mobile website templates* undangan pernikahan digital. Calon pengantin dipermudah dengan beberapa pilihan *template*. Proses *prototype* dilakukan dengan mendapatkan desain awal kemudian diujicobakan (*testing*) dan dilakukan secara berulang (*iterative*) untuk mendapatkan *feedback* dari calon pengantin demi mendapatkan undangan pernikahan digital yang dibutuhkan calon pengantin.

**Kata-kata kunci:** undangan pernikahan digital, *user interface (UI)* dan *user experience (UX)*, *design thinking*

## ABSTRACT

*Wedding invitations have been using the conventional way, with paper. Costs are not cheap, invitation printing takes a long time, and environmental issues in the use of paper. The rapid development of technology and the internet revolution has made human life easier. The emergence of digital wedding invitations provides solutions to existing problems. Wedding invitations no longer use paper media. Wedding invitations with user interface (UI) and user experience (UX) designs provide a new experience. UI/UX design is an important stage because it gives an initial impression to potential users. The design of digital wedding invitations uses a design thinking method approach, which is a design method that is carried out iteratively. This method consists of several stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and testing. Empathize process using questionnaires and interviews. Respondents to the questionnaire were 92 people with an age range of 25 to 35 years and had a middle to upper economic level.*

*Apart from being well educated, the respondents are active internet users. The results showed that respondents preferred the simple modern invitation design style. In the define process, users need several digital wedding invitation templates with international and traditional nuances. It is designed to be interactive, user friendly, and has features that can be customized. Furthermore, the ideation process is carried out based on the analysis of the define process, namely the design of mobile website templates for digital wedding invitations. Bride and groom are made easy with several template choices. The prototype process is carried out by getting the initial design, then testing it and doing it iteratively to get feedback from the bride and groom in order to get the digital wedding invitations that the bride and groom need.*

**Keywords:** *digital wedding invitations, user interface (UI) and user experience (UX), design thinking*

## Pendahuluan

Pernikahan adalah salah satu hari paling penting dan berkesan dalam kehidupan seseorang. Desain undangan pernikahan menjadi salah satu hal penting dan sekaligus membentuk kesan pertama para tamu undangan terhadap gaya pernikahan yang akan digunakan (Danielle DiMercurio, 2011). Revolusi internet telah memperkenalkan metode yang lebih modern dan mengubah cara pasangan berpikir tentang memesan undangan. Berdasarkan tren, lebih banyak orang memesan undangan secara digital daripada dengan menggunakan undangan berbahan kertas. Hal ini terlihat dari pencarian melalui *Google Trends* yang membandingkan pencarian kata undangan digital dan kartu undangan. Pencarian kata kunci “undangan digital” memiliki rata-rata

56 persen dan “kartu undangan” 49 persen. Data tersebut merupakan hasil penelusuran selama 12 bulan terakhir (20 Agustus 2021–20 Agustus 2022). Lima wilayah di Indonesia yang paling banyak meminati undangan digital adalah Sulawesi Tenggara (82 persen), Sulawesi Tengah (80 persen), Sulawesi Selatan (77 persen), Nusa Tenggara Barat (73 persen), dan Kalimantan Tengah (71 persen). Undangan digital dianggap menjadi solusi nyaman untuk memiliki undangan keren dan bergaya, menghemat biaya, serta dapat diakses dimanapun dan kapan pun selama pengguna terkoneksi ke internet. Undangan pernikahan digital juga lebih menarik karena mampu menyajikan informasi pernikahan secara interaktif (*UI/UX*), kolase foto, video, *background music*, Google Maps, dan fitur-fitur lain yang dibutuhkan pasangan dan juga mempermudah tamu undangan saat akan menghadiri acara pernikahan.

Perkembangan cepat teknologi dan revolusi internet membuat terjadi perubahan perilaku manusia dan perubahan metode dalam berbagai bidang, meninggalkan cara manual, dan menggantikannya dengan pemanfaatan teknologi modern. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022 (Cindy Mutia Annur, 2022). Perkembangan penggunaan ponsel pintar (*smartphone*) salah satunya mengubah cara manusia berkomunikasi. Laporan Newzoo menunjukkan, terdapat 170,4 juta pengguna ponsel pintar di Indonesia. Penetrasi ponsel pintar telah mencapai 61,7 persen dari total populasi (Pusparisa Yosepha, 2021). Hasil Susenas BPS Tahun 2018, kepemilikan ponsel pintar pada generasi milenial sebesar 93,02 persen. Penggunaan ponsel pintar tertinggi pada usia 19-24 tahun, yaitu 89,51 persen dan 94,22 persen. Usia 25-30 tahun sebesar 86,78 persen (Ahmad et al., 2020).

Sementara itu, kertas telah menjadi sebuah medium yang biasa digunakan untuk menulis, mencetak, melukis, dan beragam kegunaan lain, termasuk membuat undangan. Kertas juga merupakan bagian dari peradaban manusia. Dengan adanya kertas, manusia dapat menulis, membaca, dan berkomunikasi. Namun, disisi lain, untuk membuat 1 kilogram kertas, dibutuhkan 3 kilogram kayu. Ini akan berdampak pada deforestasi secara masif guna memenuhi kebutuhan kertas di dunia. Saat ini, hutan alam asli Indonesia semakin menyusut sehingga Indonesia telah kehilangan hutan asli sebesar 72 persen. Selain itu, kertas juga memberikan kontribusi sampah sebesar 25 persen. Ditambah dengan sampah-sampah lainnya, ini membuat keadaan lingkungan semakin buruk (Barber and Schweithelm, 1997).

Generasi milenial adalah generasi kelahiran antara tahun 1980 dan 1995 (Foot and Stoffman, 1998). Generasi ini juga sering disebut dengan "Baby Boom Echo" karena milenial merupakan anak-anak dari Baby Boomers (1946-1965) (Burke et al., 2015). Menurut hasil Sensus Penduduk tahun 2020 terdapat 69,38 juta (25,87 persen) generasi milenial di Indonesia (Jayani Hadya Dwi, 2021). Generasi milenial adalah generasi *tech savvy*, yang mengedepankan teknologi komunikasi. Dua karakteristik yang menjadi ciri khas adalah saling terhubung dan seolah tak bisa dibatasi. Keberadaan internet, Wi-Fi, laptop, dan ponsel pintar memungkinkan mereka saling terhubung dan memiliki perspektif global (Imelda, 2019).

Penelitian terdahulu dilakukan Wina Pertiwi Putri Wardani dan Anak Agung Gede Bagus Udayana pada tahun 2021 dengan mengambil judul "*E-Invitation* Sebagai Peluang Bisnis Era Industri 4.0 di Bali". Permasalahan yang dibahas pada penelitian sebelumnya ini adalah potensi *electronic invitation* bekerja dalam bisnis dan keseharian. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian berusaha menggali informasi tentang pentingnya penggunaan *e-invitation* di era pandemi dan menjadi peluang bisnis. Hasil penelitian Wina Pertiwi dan Anak Agung Gede Bagus Udayana menunjukkan bahwa pada era 4.0 yang memanfaatkan teknologi, *e- invitation* memiliki potensi bisnis yang baik, khususnya di Bali (Pertiwi et al., 2021). Penelitian ini masih mengkaji potensi *e-invitation* secara umum dan belum memberikan rekomendasi undangan digital seperti apa yang dibutuhkan pengguna.

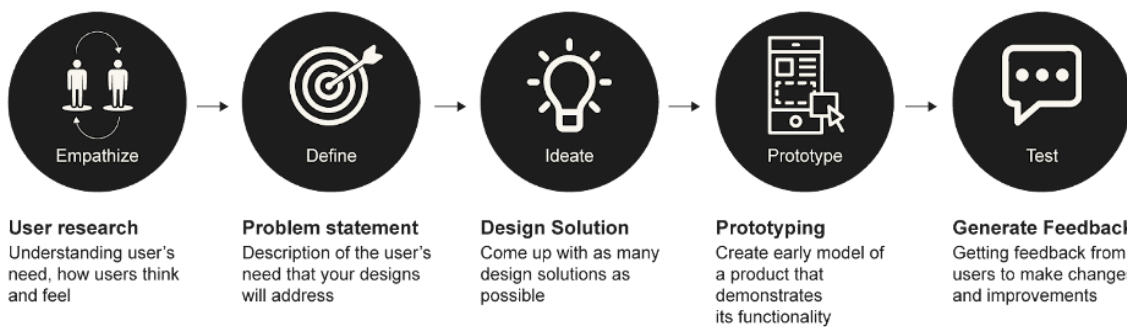
Adapun penelitian kali ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menghasilkan rekomendasi undangan pernikahan digital yang dibutuhkan calon pengantin dan tamu undangan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian. Pertama, bagaimana merancang undangan pernikahan digital menarik bagi kalangan generasi milenial di Indonesia? Kedua, bagaimana merancang *UI/UX mobile website templates* undangan pernikahan digital sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk mengundang tamu undangan? Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah menghasilkan desain undangan pernikahan digital yang menarik bagi kalangan generasi milenial di Indonesia dan menghasilkan rancangan *mobile website templates* undangan pernikahan digital sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk mengundang tamu undangan. Adapun batasan masalah terbagi menjadi tiga kategori, yaitu konten,

media, dan sasaran. Konten yang terdapat dalam undangan pernikahan digital ini antara lain meliputi informasi detail acara pernikahan, deskripsi diri pasangan, fitur Google Maps, kolase foto, video, *countdown*, dan fitur lainnya. Konten tersebut merupakan hasil mewawancarai beberapa pasangan yang sudah menikah dan telah menggunakan undangan pernikahan digital. Media yang digunakan dalam perancangan ini berbentuk *mobile apps* berbasis Android. Undangan berbentuk *template* dan dirancang secara interaktif. Selanjutnya, sasaran utama perancangan aplikasi ini adalah kalangan generasi milenial di Indonesia.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* oleh David Kelly dan Tim Brown. *Design thinking* merupakan sebuah metode perancangan desain yang prosesnya dilakukan secara berulang (*iterative*) demi memahami pengguna, menantang hipotesis, dan mendefinisikan kembali masalah guna mendapatkan solusi atau produk yang berguna bagi pengguna. Kata kunci metode ini adalah proses empati. Proses empati membantu desainer mendapatkan pengalaman, motivasi, dan pemahaman utuh tentang *user* serta kebutuhan mereka. Dengan melakukan proses empati, desainer mengesampingkan hipotesis dan bias yang terbangun. Selain proses empati, ada empat langkah lagi dalam penerapan *design thinking*, yaitu *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.



**Gambar 1.** Tahapan *Design Thinking*  
**Sumber:** Gambar ulang dari *steam curriculum*

### 1. *Empathize*

Proses untuk memahami dan merasakan masalah calon pengguna. Kegiatan yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner, wawancara langsung, data sekunder.

### 2. *Define*

Proses analisis data yang diperoleh dari proses *empathize* dengan tujuan menentukan pernyataan masalah yang menjadi *point of view* dari penelitian.

### **3. Ideate**

Proses *ideation* sebagai bentuk solusi/jawaban dari pernyataan masalah. Proses ini juga menjadi landasan dalam pengembangan ke tahap *prototype*.

### **4. Prototype**

Proses awal perancangan produk yang akan dibuat dan berfungsi mendeteksi kesalahan sejak awal dan memperoleh kemungkinan baru. Rancangan awal ini nantinya akan diuji coba kepada pengguna untuk memperoleh respons dan *feedback*.

### **5. Testing**

Pengujian dilakukan dengan mengumpulkan *feedback* dari pengguna. Proses ini bersifat berulang (*iterative*) dengan tujuan mendapatkan produk yang sesuai dengan pengguna.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian berdasarkan metode *design thinking* sebagai berikut:

### **1. Empathize**

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dilakukan guna melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kuesioner dibagikan secara daring (*online*) menggunakan Google Form kepada 92 orang generasi milenial dengan rentang usia 25-35 tahun yang tersebar di Indonesia.

#### **1.1 Kuesioner Mengenai Target Pengguna:**

Variabel pertama, responden diminta menjawab beberapa pertanyaan terkait jenis kelamin, domisili, dan profesi.

Berdasarkan data hasil kuesioner, responden didominasi kaum perempuan, sebanyak 62,9 persen, berbanding dengan kaum laki-laki yang 37,1 persen. Responden kebanyakan berdomisili di kota-kota besar di Indonesia, terutama di Pulau Jawa. Kota Jakarta menjadi urutan teratas, selanjutnya diikuti Kota Bekasi dan Tangerang. Kebanyakan responden berprofesi sebagai karyawan swasta dengan persentase 71,9 persen. Selanjutnya diikuti profesi wiraswasta 14,6 persen dan ibu rumah tangga 5,6 persen.

#### **1.2 Kuesioner Mengenai Penggunaan Internet dan Ponsel Pintar (*Smartphone*)**

Variabel kedua, responden diminta menjawab beberapa pertanyaan terkait penggunaan internet, perangkat yang sering digunakan untuk mengakses internet, penggunaan ponsel pintar (*smartphone*) dan jumlah ponsel pintar yang dimiliki responden.

Dari hasil kuesioner, semua responden cukup sering menggunakan internet. Mayoritas responden (91,0 persen) mengakses internet menggunakan perangkat ponsel pintar, kemudian

diikuti penggunaan perangkat laptop sebanyak 6,7 persen. Generasi milenial Indonesia sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi (*savvy technology*).

Ini terbukti dari hasil kuesioner yang menunjukkan semua responden (100 persen) menggunakan ponsel pintar dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, 37 persen responden memiliki ponsel pintar lebih dari satu perangkat.

### **1.3 Kuesioner Mengenai Undangan Pernikahan Digital:**

Variabel ketiga, responden diminta menjawab beberapa pertanyaan terkait pengetahuan dan ketertarikan terhadap undangan pernikahan digital, alasan menggunakannya, gaya desain yang diminati, serta tingkat keinginan responden menggunakan undangan pernikahan digital dan keinginan responden menyarankan kepada orang lain.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden (98,9 persen) mengetahui tentang undangan pernikahan digital dan hanya sedikit responden (1,1 persen) yang tidak mengetahui tentang undangan pernikahan digital. Sebanyak 95,5 persen responden tertarik terhadap undangan pernikahan digital. Hasil kuesioner memperlihatkan, responden dalam hal ini generasi milenial menganggap penggunaan undangan pernikahan digital memberikan banyak manfaat, seperti undangan lebih menarik karena dirancang interaktif dan banyak fitur (30,3 persen). Manfaat selanjutnya dirasakan dari sisi biaya (69,7 persen). Undangan pernikahan digital tidak menggunakan kertas (*paperless*) dan menghemat biaya pengiriman. Sebanyak 68,5 persen responden menyukai undangan pernikahan digital dengan gaya desain simpel modern, klasik elegan 29,2 persen dan romantik feminin 2,2 persen. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa 97,8 persen responden memiliki keinginan menggunakan dan menyarankan undangan pernikahan digital kepada keluarga dan teman yang akan menikah.

Untuk lebih memperdalam penelitian, dilakukan wawancara ke beberapa narasumber, yaitu generasi milenial yang belum menikah dan yang sudah menikah. Kegiatan wawancara secara *online* (aplikasi *Zoom Meeting*) bertujuan mengetahui ketertarikan dan pengalaman mereka menggunakan undangan pernikahan digital.

#### **Hasil Wawancara Responden yang Belum Menikah**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa calon pengguna (responden) tertarik menggunakan undangan pernikahan digital. Responden menganggap bahwa penggunaan undangan pernikahan digital telah menjadi tren di generasi milenial Indonesia. Undangan pernikahan digital dapat menghemat biaya, seperti meniadakan biaya cetak dan biaya kirim undangan ke tamu undangan. Selain itu, responden menyukai fitur-fitur yang dihadirkan, yaitu kolase foto, video, Google Maps, RSVP, *live streaming*, amplop digital, *countdown*, *music background*, dan aneka fitur lain yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Responden menyukai gaya desain undangan pernikahan digital yang simpel modern karena terasa lebih rapi, bersih, dan informasi dapat terbaca lebih jelas. Namun, di sisi lain, masyarakat Indonesia masih kental dengan budaya setiap daerah. Ini ditunjukkan dengan beberapa responden dan keluarga responden menginginkan undangan pernikahan digital bernuansa tradisional.

## **Hasil Wawancara Responden Pengguna Undangan Pernikahan Digital yang Sudah Menikah**

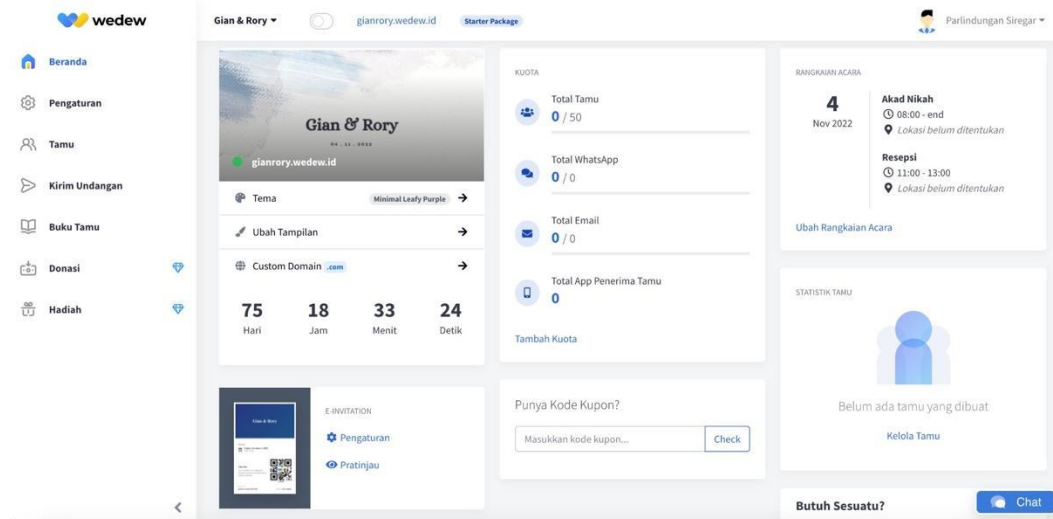
Hasil wawancara menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan penggunaan undangan pernikahan digital karena menghemat dari sisi biaya dan penggunaan fitur-fitur yang membantu responden dalam mempersiapkan pernikahan, dalam hal ini mengatur tamu undangan.

Namun, dari keunggulan yang terdapat di undangan pernikahan digital, terdapat kelemahan yang responden rasakan. Responden menganggap penggunaan fitur-fitur yang terlalu banyak membuat undangan tidak efektif karena tidak sesuai dengan karakteristik tamu undangan. Penggunaan fitur amplop digital di beberapa daerah Indonesia dianggap kurang sopan. Responden mengharapkan fitur-fitur undangan pernikahan digital dapat disesuaikan dengan kebutuhan responden. Selain itu, responden merasakan hambatan ketika mengirimkan undangan pernikahan digital kepada keluarga dan tamu undangan generasi *baby boomers*. Generasi *baby boomers* sudah terbiasa dengan undangan cetak dan diantar langsung oleh calon pengantin atau keluarga. Penggunaan undangan pernikahan digital oleh generasi *baby boomers* dianggap kurang sopan dan terdapat keterbatasan dalam pengetahuan terhadap teknologi digital. Responden juga merasa kesulitan menemukan vendor atau *website* undangan pernikahan digital yang dapat disesuaikan dengan keinginan mereka. Responden menginginkan beberapa *template* desain yang dapat menjadi pembanding dalam menentukan desain undangan pernikahan digital yang mereka butuhkan.

Untuk lebih memperdalam penelitian, dilakukan studi komparasi produk sejenis. Produk sejenis yang akan dianalisis adalah Wedew dan Our Wedding.

### **Wedew.id**

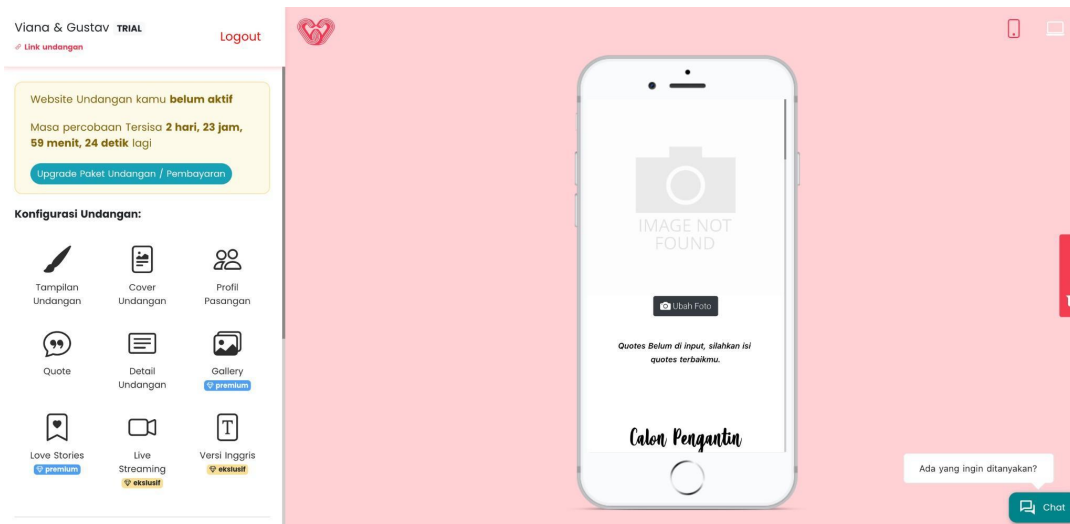
Wedew merupakan *website* yang menyediakan beberapa *template* desain undangan pernikahan digital. Desain undangan yang digunakan bernuansa internasional, seperti gaya desain simpel modern dan klasik elegan. Wedew memiliki keunggulan dari sisi kustomisasi. Calon pengguna dapat membuat dan menentukan sendiri undangannya, mulai dari warna, *font*, hierarki, *custom domain*, dan fitur-fitur yang akan digunakan. Calon pengguna tidak perlu lagi mencari vendor undangan untuk mengatur undangan pernikahan digital. Calon pengguna dapat secara mandiri (*self service*) membuat undangan yang disukai dan dibutuhkan. Namun, disisi lain, Wedew memiliki kelemahan, seperti belum tersedianya *template* desain undangan pernikahan digital bernuansa tradisional. Sebagaimana diketahui, pernikahan di Indonesia berkaitan erat dengan budaya. Banyak pernikahan di Indonesia masih diselenggarakan mengikuti budaya setiap calon pengantin. Selain itu, *user interface* Wedew cukup ramai sehingga kurang *user friendly*. Calon pengguna dibanjiri fitur-fitur yang membuat kesulitan menggunakan *website template* Wedew.id. Banyaknya pilihan *template* yang disediakan Wedew.id membuat pengguna juga mengalami kesulitan memilih undangan yang diinginkan.



**Gambar 2.** *User Interface* Wedew.id  
Sumber: *screenshot website wedew.id*

### Our Wedding

Sama halnya dengan Wedew.id, Our Wedding juga merupakan *website* penyedia beberapa *template* undangan pernikahan digital yang dapat dikustomisasi. Calon pengguna juga dapat secara mandiri membuat undangan pernikahan digital sesuai keinginan. Our Wedding memiliki *user interface* lebih sederhana dan lebih *user friendly* dibandingkan dengan *website template* Wedew.id. Namun, Our Wedding juga memiliki kelemahan, yaitu belum adanya *template* undangan pernikahan digital bernuansa tradisional.



**Gambar 3.** *User Interface* Our Wedding  
Sumber: *screenshot website our wedding*



## 2. *Define*

Berdasarkan data yang didapatkan dari proses *empathize*, yaitu pembagian kuesioner, kegiatan wawancara, dan data sekunder berupa studi komparasi produk sejenis, undangan pernikahan digital menarik bagi generasi milenial Indonesia karena *paperless*, tidak menghasilkan limbah dalam bentuk fisik dan lebih ramah lingkungan, serta efisiensi biaya, waktu, ruang, tenaga, dan produktivitas. Undangan pernikahan digital juga dianggap lebih menarik karena interaktif dan memiliki fitur-fitur, seperti kolase foto, video, Google Maps, RSVP, *live streaming*, amplop digital, *countdown*, *music background* dan fitur-fitur lainnya, yang memberikan pengalaman baru terhadap pengguna. Undangan pernikahan digital ini memiliki peluang besar untuk digunakan generasi milenial karena generasi ini menyukai hal berbeda. Peluang pemakaian media digital cukup besar karena penggunaan internet semakin luas dan masif.

Selain keunggulan yang dimiliki, undangan pernikahan digital juga memiliki kelemahan, yaitu *link* undangan pernikahan digital terkadang tidak dibuka oleh tamu undangan. Selanjutnya, pandangan masyarakat, khususnya generasi *baby boomers*, bahwa undangan pernikahan seharusnya dikirimkan secara langsung dan berbentuk fisik karena dianggap lebih sopan dan lebih menghargai tamu undangan.

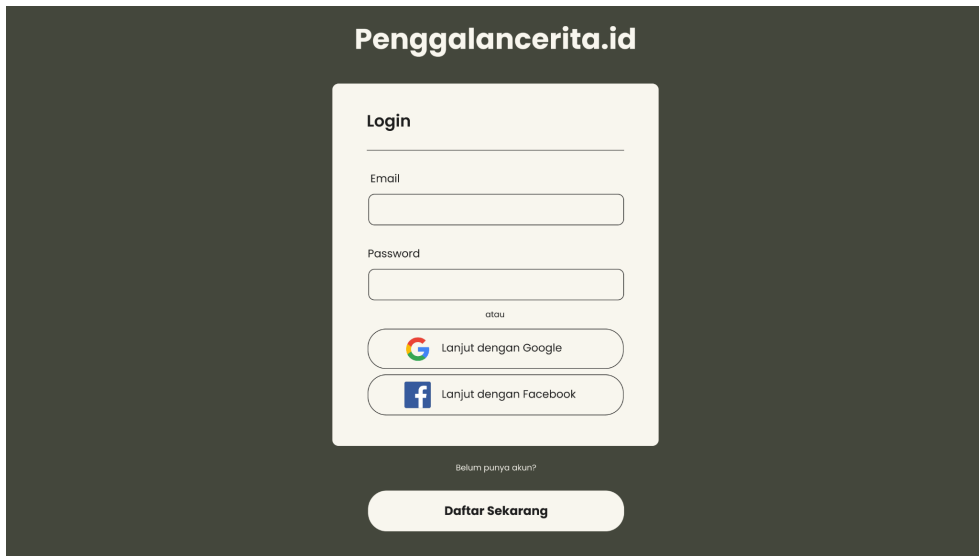
Dari proses analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa calon pengguna membutuhkan beberapa *template* undangan pernikahan digital bernuansa internasional dan tradisional. Undangan pernikahan digital nuansa internasional terdiri dari beberapa gaya desain, yaitu simpel modern, klasik elegan, dan romantik feminim. Selain itu, undangan pernikahan digital sebaiknya didukung fitur-fitur yang dapat dikustomisasi, dapat memenuhi kebutuhan pasangan dan membantu tamu undangan mengakses acara pernikahan. *Link (domain)* undangan pernikahan digital dibuat lebih singkat dan memiliki unsur nama pasangan agar mempermudah tamu undangan untuk mengenali. Undangan didesain dengan elegan dan melampirkan nama tamu undangan di halaman terdepan sebelum masuk ke halaman informasi acara pernikahan dengan tujuan untuk menghormati tamu undangan.

## 3. *Ideate*

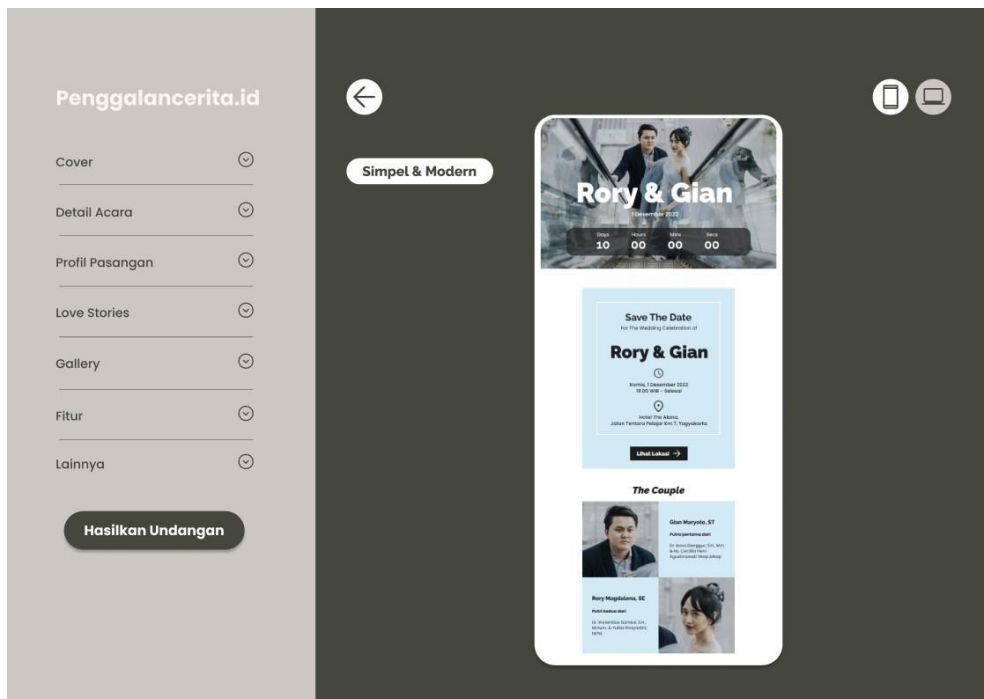
Berdasarkan analisis yang didapatkan dari proses *define*, *ideation* dihasilkan dari inti permasalahan, yaitu kebutuhan calon pengguna akan beberapa *template* undangan pernikahan digital nuansa internasional dan tradisional, desain interaktif, dan memiliki fitur-fitur yang dapat dikustomisasi. *Ideation* yang didapatkan adalah perancangan *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) *mobile website templates* undangan pernikahan digital bagi kalangan generasi milenial Indonesia. *Website templates* ini terdiri atas beberapa *template* nuansa internasional dan tradisional yang nantinya memberikan pasangan keleluasaan (*self service*) menentukan desain undangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. *Website templates* dirancang *user friendly* sehingga mempermudah calon pengguna membuat undangan pernikahan digital di website ini.

#### 4. *Prototype*

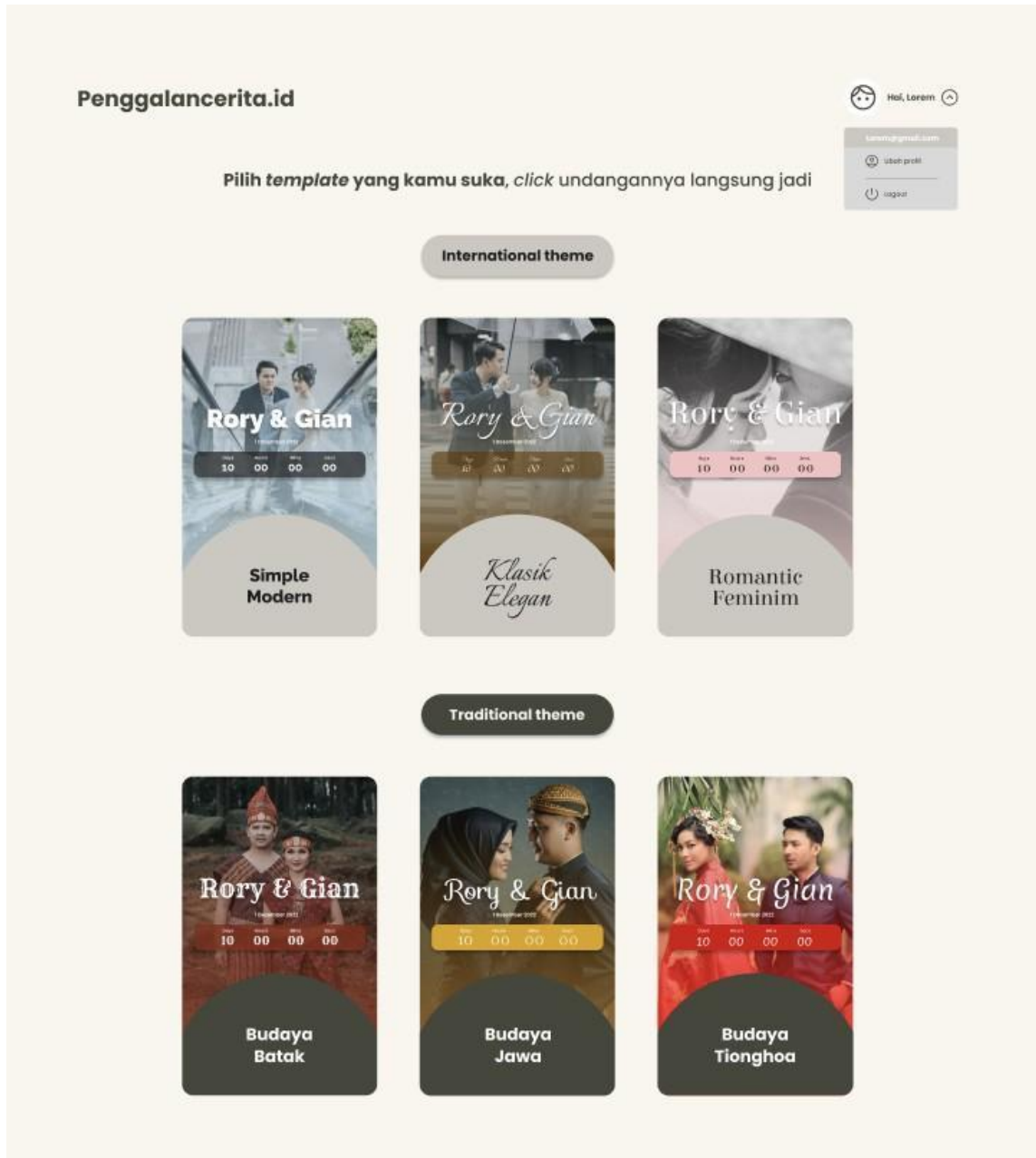
Proses ini merupakan implementasi *ideation* yang didapatkan dari proses sebelumnya. Hasil *prototype* nantinya akan diujicobakan kepada beberapa calon pengguna untuk mendapatkan *feedback* awal dari perancangan.



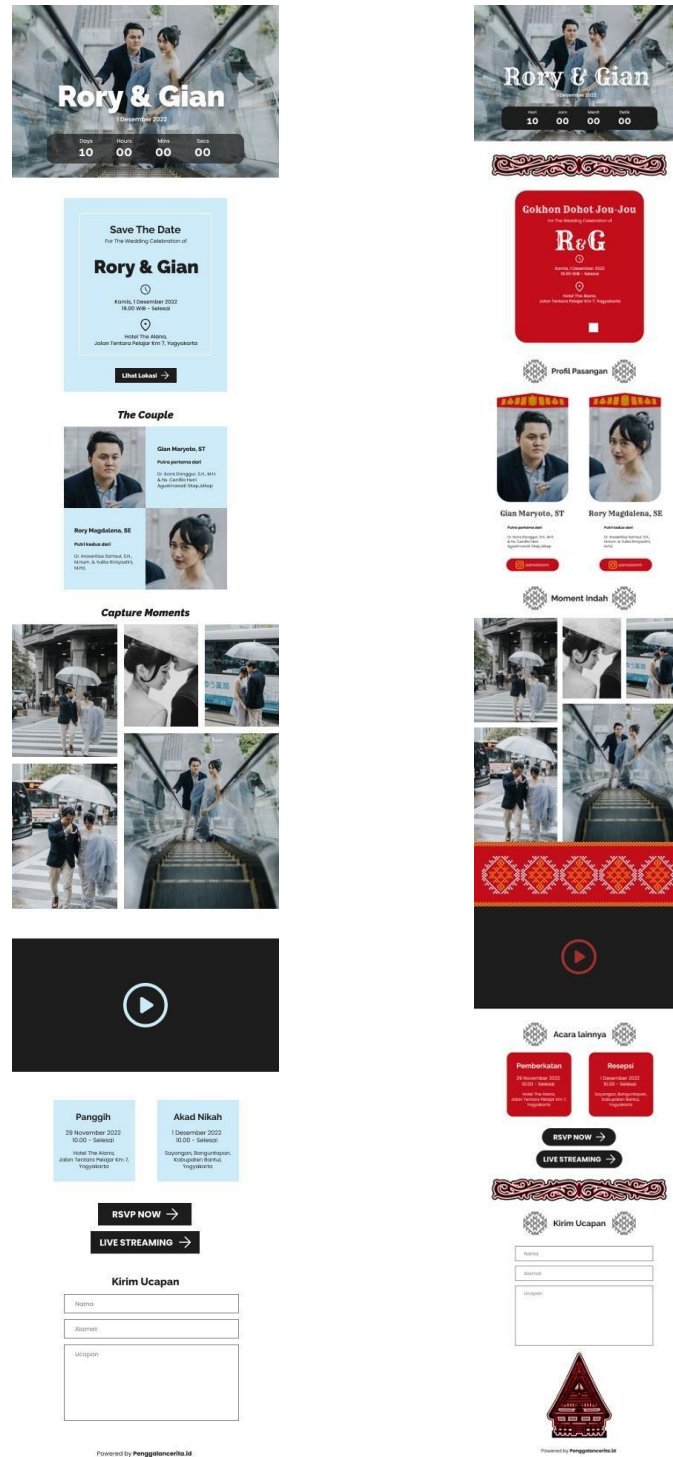
**Gambar 4.** *User Interface Penggalancerita.id*  
**Sumber:** dokumen pribadi



**Gambar 5.** *User Interface Fitur-fitur Penggalancerita.id*  
**Sumber:** Parlindungan Siregar



**Gambar 6.** *User Interface Penggalancerita.id*  
**Sumber:** Parlindungan Siregar



**Gambar 7.** Hierarki undangan pernikahan digital Penggalancerita.id  
**Sumber:** Parlindungan Siregar

## 5. Testing

Proses uji coba (*testing*) dilakukan secara berulang (*iterative*) demi mendapatkan undangan pernikahan digital yang dibutuhkan oleh pengguna.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, metode *design thinking* menjadi metode yang solutif dan inovatif untuk sebuah masalah, dengan mempertanyakan kembali hipotesis yang dibangun kemudian melakukan proses *empathize*. Proses *empathize* dilakukan dengan menggunakan kuesioner, kegiatan wawancara, data sekunder berupa studi komparasi produk sejenis. Dari data kuesioner, responden berjumlah 92 orang dengan rentang usia 25-35 tahun (usia generasi milenial Indonesia), dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Dari sisi psikografis, responden merupakan kalangan *well educated*. Dari sisi *behavioral*, responden adalah pengguna internet aktif. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka lebih menyukai desain undangan yang *simple modern*. *User interface* dan *user experience* (UI/UX) sebaiknya tidak terlalu ramai, *user friendly* tetap memiliki kesan elegan, serta informasi yang disampaikan dapat terlihat jelas. Dalam proses *define*, peneliti menyimpulkan bahwa calon pengguna membutuhkan beberapa rancangan *template* undangan pernikahan bernuansa internasional dan tradisional, dirancang dengan interaktif, dan fitur-fitur yang dapat dikustomisasi. Selanjutnya proses *ideation* dilakukan berdasarkan analisis dari proses *define*, yaitu sebuah perancangan perancangan *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) *mobile website templates* undangan pernikahan digital bagi kalangan generasi milenial Indonesia. Pasangan dipermudah dengan beberapa pilihan *template* yang mereka butuhkan. Proses *prototype* dilakukan dengan mendapatkan desain awal UI/UX dengan kualitas *high fidelity*. Proses *testing* dilakukan secara berulang (*iterative*) untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna dan nantinya mendapatkan undangan pernikahan digital yang berguna bagi pengguna, yaitu generasi milenial di Indonesia.

## Ucapan Terima Kasih

Artikel ini berdasarkan pada riset Tesis dalam mengambil gelar Magister Desain di FSRD ITB. Proses penulisan artikel ini disupervisi oleh pembimbing, Dr. Naomi Haswanto, S.Sn., M.Sn.

## Daftar Pustaka

### Jurnal

- Ahmad, A. (2020). *Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial* (Vol. 08, Issue 02).
- Barber, C. V., & Schweithelm, J. (1997). *Trial By Fire, Forest Fires and Forestry Policy in Indonesia's Era of Crisis and Reform*.
- Burke, R. J., Cooper, C. L., & Antoniou, A. S. G. (2015). The Multi-generational and

Aging Workforce: Challenges and Opportunities. In *The Multi-generational and Aging Workforce: Challenges and Opportunities*. Edward Elgar Publishing Ltd. doi: 10.4337/9781783476589.

Danielle DiMercurio. (2011). *The Impact of the Internet on Wedding Invitation Orderings*.

Imelda. (2019). *Generasi Milenial dalam Industri 4.0: Berkah bagi Sumber Daya Manusia Indonesia atau Ancaman*

Pertiwi, W., Wardani, P., Gde, A. A., & Udayana, B. (2021). *E-Invitation Sebagai Peluang Bisnis Era Industri 4.0 di Bali*. *Bahasa Rupa*, 05. Retrieved from <https://bit.ly/jurnalbahasarupa>

### **Website**

Cindy Mutia Annur. (2022, March 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*.

Jayani Hadya Dwi. (2021, May 24). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020*.

Pusparisa Yosepha. (2021, July 1). *Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak, Indonesia Urutan B*