

# Implementasi *Design Thinking* dalam Perancangan *UI/UX* pada Website Penjualan Tiket Konser

Ricko Muhammad Firdaus<sup>1)\*</sup>, Noor Latifah<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Muria Kudus

Jl. Lkr. Utara, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kec. Bae, Kudus, Indonesia

<sup>1)</sup>202153091@std.umk.ac.id

<sup>2)</sup>noor.latifah@umk.ac.id

Article history:

Received 23 Des 2024;  
Revised 25 Des 2024;  
Accepted 26 Des 2024;  
Available online 27 Des 2024

Keywords:

*Design Thinking*  
Konser Musik  
Platform  
Tiket  
*UI/UX*

**Abstract**

Musik merupakan seni yang berperan penting dalam kehidupan manusia, baik secara budaya maupun emosional. Salah satu wujud ekspresi musik adalah konser, yang menawarkan hiburan dan peluang keuntungan. Namun, penggemar konser sering menghadapi kesulitan, seperti mendapatkan tiket resmi, akses informasi detail acara, serta menemukan teman untuk menghadiri konser bersama. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan platform berbasis web bernama Concerto, yang dirancang untuk mempermudah pengguna mencari dan membeli tiket konser, serta menciptakan pengalaman sosial melalui fitur pencarian teman. Subjek penelitian ini adalah penggemar konser musik, dengan data dikumpulkan melalui wawancara dan dianalisis menggunakan metode *Design Thinking* yang melibatkan lima tahap: *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform Concerto mampu mengatasi berbagai kendala pengguna melalui fitur pencarian konser, sistem pembelian tiket yang mudah, serta pencarian teman dengan minat musik serupa. Uji coba menunjukkan tingkat keberhasilan penggunaan fitur mencapai rata-rata 85%. Namun, platform ini memiliki kekurangan pada fitur notifikasi, yang diperlukan untuk memberikan pembaruan real-time kepada pengguna, seperti pengingat tiket atau perubahan jadwal konser. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam menciptakan solusi digital untuk penggemar konser, meskipun pengembangan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan fungsionalitas platform. Penambahan fitur notifikasi di masa mendatang dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan dan memperkuat daya saing platform Concerto.

## I. PENDAHULUAN

Musik merupakan bentuk seni yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, memainkan peran penting dalam membentuk budaya dan emosi. Salah satu bentuk ekspresi musik yang paling dinikmati adalah konser, yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai kesempatan besar untuk meraih keuntungan. Dalam konser, penggemar dapat menikmati penampilan langsung dari penyanyi atau grup musik favorit mereka, sekaligus merasakan pengalaman yang lebih personal, seperti melihat idola dari dekat dan merasakan energi yang terpancar di panggung. Dengan demikian, konser menjadi elemen vital dalam menciptakan pengalaman yang menghubungkan emosi penggemar dengan nilai komersial yang signifikan. [1].

Tiket adalah sebuah *voucher* yang digunakan untuk menunjukkan bahwa pengunjung atau penonton telah membayar biaya masuk dan memiliki hak untuk mengakses suatu acara atau layanan. Tiket sering digunakan untuk berbagai tujuan, seperti menghadiri acara hiburan, mengunjungi tempat wisata, atau menggunakan layanan khusus lainnya. Salah satu contoh yang populer adalah tiket konser musik, yang menjadi daya tarik besar bagi banyak orang. Selain sebagai tanda pembayaran, tiket juga berperan penting bagi penyelenggara acara dalam mengelola jumlah pengunjung, mengatur akses masuk, dan merencanakan kapasitas dengan lebih baik. Fungsi ini membantu memastikan kelancaran pelaksanaan acara serta menjaga kenyamanan dan keamanan bagi semua pihak yang terlibat. [2].

\* Corresponding author

Pembelian tiket secara langsung di lokasi sering kali menimbulkan antrian panjang yang memakan banyak waktu dan energi, membuat proses ini menjadi kurang efisien dan melelahkan bagi pengguna. Selain itu, antrian yang padat dapat menyulitkan pengguna untuk memperoleh tiket yang diinginkan, terutama saat ketersediaan tiket terbatas atau permintaan sangat tinggi. Kondisi ini meningkatkan kemungkinan tiket habis terjual sebelum pengguna mendapatkan kesempatan untuk membelinya. [3]. Selain itu bagi penyelenggara konser, pemasaran secara manual sering kali kurang efektif dan efisien karena hanya mampu menjangkau masyarakat di area sekitar. Akibatnya, informasi mengenai acara yang akan diadakan tidak tersebar luas dan kurang mendapatkan perhatian dari *audiens* yang lebih luas. Selain itu, metode ini juga memerlukan waktu dan tenaga lebih banyak, tetapi hasilnya sering kali tidak sebanding dengan upaya yang dikeluarkan. Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan strategi pemasaran yang lebih modern dan terintegrasi, seperti memanfaatkan platform digital yang mampu menjangkau masyarakat lebih luas dengan biaya dan waktu yang lebih efisien [4].

*E-Ticketing* merupakan sebuah sistem yang berfungsi untuk mencatat dan memfasilitasi penjualan tiket secara *online*. Dengan sistem ini, pengguna dapat menerima tiket dalam format digital, yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi proses pembelian. Layanan ini memungkinkan pengguna memesan tiket konser langsung melalui platform berbasis web, sehingga tidak perlu lagi mendatangi lokasi penjualan tiket secara fisik. [5]. Penyelenggara konser juga dapat merasakan berbagai manfaat besar dari penerapan sistem *E-Ticketing*. Dengan sistem ini, proses penjualan tiket menjadi lebih cepat dan efisien, karena seluruh transaksi dilakukan secara otomatis melalui platform digital. Hal ini tidak hanya mengurangi waktu yang diperlukan untuk melayani pembelian tiket secara manual, tetapi juga mengurangi risiko kesalahan seperti tiket ganda atau kehilangan data transaksi. Selain itu, biaya operasional dapat ditekan secara signifikan karena tidak lagi memerlukan pencetakan tiket fisik, distribusi, atau staf tambahan untuk melayani calon pembeli di tempat. Lebih dari itu, sistem *E-Ticketing* membantu menciptakan suasana yang lebih tertib selama acara berlangsung. Dengan adanya tiket digital yang dapat dipindai secara otomatis di pintu masuk, antrian dapat dikelola dengan lebih baik, mengurangi kerumunan dan potensi kekacauan. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada kelancaran penyelenggaraan acara, meningkatkan antusiasme penonton, dan memastikan pengalaman yang positif bagi semua pihak yang terlibat. Dengan berbagai keuntungan tersebut, *E-Ticketing* menjadi solusi modern yang tak hanya mendukung kesuksesan acara, tetapi juga memajukan industri musik secara keseluruhan [6].

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini berupaya menjawab kebutuhan masyarakat akan akses mudah dan terpercaya terhadap platform penjualan tiket konser. Solusi yang ditawarkan bertujuan untuk mengatasi kesulitan dalam mendapatkan tiket resmi, memperoleh informasi lengkap tentang konser, serta menjalin koneksi sosial dengan sesama penggemar. Melalui pengembangan platform ini, diharapkan pengguna dapat dengan mudah mencari dan membeli tiket, serta menikmati fitur inovatif seperti pencarian teman dengan minat musik serupa. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan interaktif bagi penggemar musik, sekaligus memperkuat ekosistem penjualan tiket konser di era digital.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang dilakukan oleh Anang Habibi dan Muhammad Ibnu Athoillah memiliki tujuan mengembangkan platform pemesanan tiket konser yang dirancang dengan antarmuka responsif dan estetis. Desain ini memastikan pengalaman pelanggan dalam memesan tiket menjadi lebih efisien, menarik, dan interaktif. Dengan dukungan teknologi tersebut, pelanggan dapat melakukan pemesanan tiket dengan mudah dan nyaman tanpa perlu meninggalkan rumah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi perusahaan-perusahaan yang ingin memanfaatkan teknologi terbaru dalam pengembangan sistem pemesanan tiket konser. [7].

Penelitian yang dilakukan oleh Stefan Ariady ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi berbasis website untuk penjualan tiket acara Ghealways. Hasil pengembangan aplikasi ini menghasilkan berbagai fitur, seperti melihat daftar acara yang tersedia, melakukan pembelian tiket, membaca berita terkait organisasi, serta mendapatkan informasi tentang acara yang telah berlangsung. Namun berdasarkan hasil pengujian, beberapa pengguna merasa kesulitan ketika mengakses website tersebut. [8].

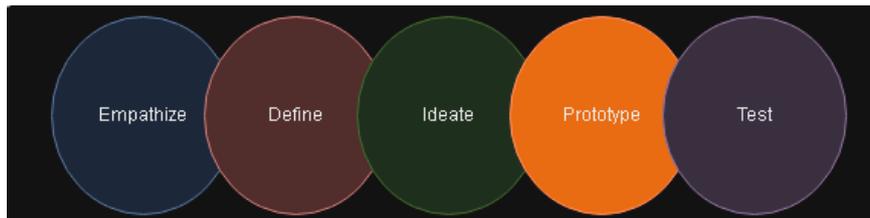
Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Thoha Syafi-in, Lailatus Sa'adah, Siti Nur Qomariyah ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan reservasi tiket secara *online* dan *offline*. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi adanya perbedaan kepuasan antara kedua metode reservasi tersebut. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa konsumen lebih puas dengan layanan reservasi tiket *online* dibandingkan dengan layanan reservasi tiket *offline*. Namun penelitian ini memiliki keterbatasan pada pengumpulan data hanya mencakup wilayah tertentu, sehingga tidak memberikan gambaran yang menyeluruh tentang tingkat kepuasan konsumen di berbagai lokasi. [9].

Penelitian yang dilakukan oleh Herdiyanti Ratiningsih Sitorus, Ali Ibrahim, Yadi Utama, dan Hardini Novianti berfokus pada penerapan metode Design Thinking dalam merancang antarmuka pengguna (*UI*) dan pengalaman pengguna (*UX*) berbasis web yang inovatif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa desain *UI/UX* yang dihasilkan tidak hanya mempermudah penggunaan aplikasi, tetapi juga mampu meningkatkan efisiensi operasional. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah waktu yang terbatas untuk melakukan pengujian dan evaluasi terhadap platform yang dirancang. Hal ini membatasi kemampuan untuk menguji platform dalam skala yang lebih luas dan dengan berbagai kondisi penggunaan. [10].

### III. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking*, sebuah pendekatan berpikir yang berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna melalui proses iteratif. Metode ini melibatkan pengujian asumsi, analisis ulang masalah, dan pencarian strategi serta solusi alternatif yang inovatif. Dengan pendekatan ini, ide-ide kreatif yang sebelumnya tidak terpikirkan dapat dihasilkan untuk memberikan solusi yang lebih relevan dan efektif. [11]. Tahapan-tahapan dalam metode *Design Thinking* dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Metode *Design Thinking*

#### A. *Empathize* (Empati)

Dalam tahap ini, fokus utama adalah mengidentifikasi permasalahan yang menjadi inti dari penelitian dengan memahami atau merasakan kesulitan yang dialami oleh calon pengguna aplikasi [12]. Pada tahap ini, dilakukan survei dan wawancara kepada penggemar konser dan penyelenggara acara. Upaya ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengguna, sehingga kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka dapat diidentifikasi dengan lebih baik. Dengan memahami perspektif pengguna secara menyeluruh, solusi yang dirancang akan lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka [13].

#### B. *Define* (Deskripsi)

*Define* adalah tahap penting dalam proses desain di mana hasil dari tahap *Empathize* dianalisis dan dipahami secara mendalam. Pada tahap ini, berbagai wawasan dan informasi yang diperoleh melalui pendekatan empati dievaluasi secara menyeluruh untuk mengidentifikasi kebutuhan utama pengguna. Tujuan dari tahap ini adalah merumuskan pernyataan masalah yang jelas dan terfokus, yang akan menjadi sudut pandang atau perhatian utama dalam penelitian. Pernyataan masalah ini berfungsi sebagai panduan untuk langkah-langkah berikutnya, memastikan solusi yang dikembangkan benar-benar relevan dan efektif dalam menjawab kebutuhan pengguna [14].

#### C. *Ideate* (Ide)

*Ideate* adalah proses kreatif yang bertujuan untuk membangun ide dan gagasan yang menjadi dasar dalam merancang *prototype* yang akan dibuat. Tahapan ini menjadi penghubung penting antara identifikasi dan perumusan masalah yang telah dilakukan dengan langkah-langkah menuju penyelesaian. Dalam proses ini, berbagai pendekatan dan metode kreatif digunakan untuk menghasilkan solusi yang inovatif, sehingga *prototype* yang dihasilkan dapat benar-benar menjawab kebutuhan atau masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya [15]. Penulis didorong untuk berpikir di luar kebiasaan, mengeksplorasi berbagai kemungkinan, dan menghasilkan ide-ide yang unik serta relevan dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi.

#### D. *Prototype* (Prototipe)

*Prototype* merupakan sebuah rancangan awal sistem yang berfungsi sebagai model sekaligus acuan standar ukuran atau skalabilitas yang akan dikembangkan di tahap berikutnya. Sistem *prototype* yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan awal dalam pengembangan perangkat lunak untuk mengevaluasi fitur dan fungsi yang telah ditentukan sebelumnya [16]. Pada tahap ini, ide-ide yang telah dipilih dikembangkan menjadi prototipe sederhana, seperti sketsa, model digital, atau simulasi interaktif. Prototipe ini dirancang untuk memungkinkan pengguna mencoba fitur atau desain yang telah dibuat.

#### E. *Test* (Menguji)

*Test* adalah tahap terakhir dari *Design Thinking* yang melibatkan pengujian menyeluruh terhadap *prototype* yang telah dikembangkan untuk memastikan fungsionalitasnya berjalan sesuai dengan kebutuhan. [17]. Tahap pengujian dilakukan dengan melibatkan pengguna nyata untuk mencoba prototipe yang telah dikembangkan. Umpan balik dari pengguna dimanfaatkan untuk menilai dan memperbaiki desain. Proses ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan terus disempurnakan hingga benar-benar optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

## IV. HASIL

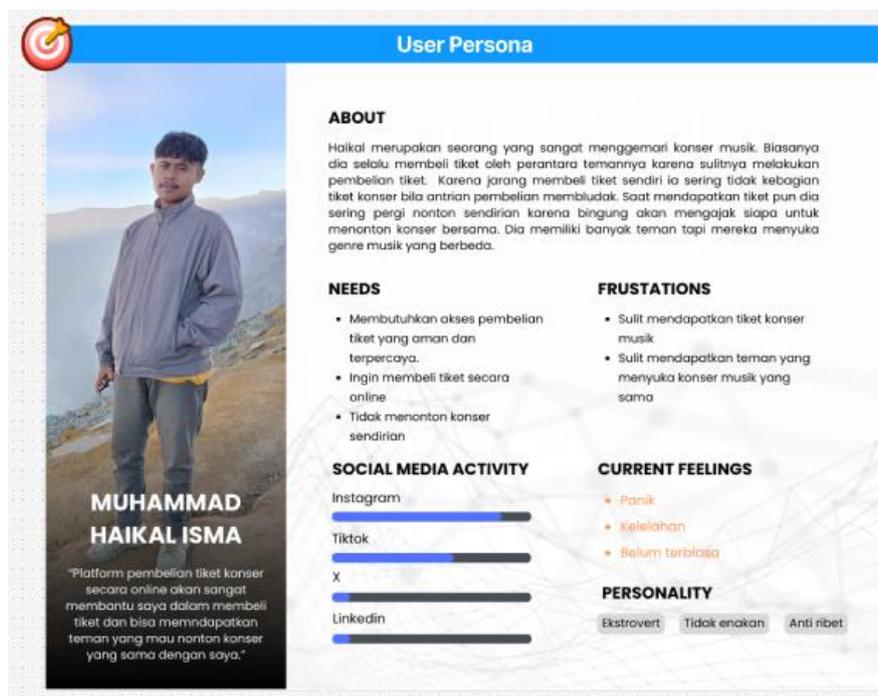
### A. Analisis Kebutuhan Pengguna (*Empathize*)

Dalam tahap *Empathize*, data dikumpulkan melalui wawancara dengan penggemar musik serta penyelenggara konser, dan juga melalui survei *online* untuk memahami kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh penggemar musik dalam membeli tiket konser. Wawancara dilakukan secara langsung dengan penggemar musik dan penyelenggara konser untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai pengalaman mereka. Selain itu, survei online disebarluaskan menggunakan *Google Form* untuk menjangkau lebih banyak responden. Daftar pertanyaan survei yang digunakan dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

TABEL 1  
DAFTAR PERTANYAAN SURVEI

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana cara Anda biasanya mendapatkan informasi tentang konser?
2	Pernahkah Anda mengalami kesulitan dalam membeli tiket konser?
3	Fitur apa yang paling penting bagi Anda dalam sebuah platform penjualan tiket konser?
4	Apakah Anda pernah merasa ragu dengan keaslian tiket yang Anda beli?
5	Apakah Anda sering kesulitan menemukan detail konser tertentu, seperti waktu, tempat, atau harga tiket?
6	Apakah Anda pernah mengalami kesulitan mencari teman untuk menghadiri konser bersama?

Hasil wawancara dengan penggemar musik dan penyelenggara konser bertujuan untuk memahami tantangan yang sering mereka hadapi, seperti kesulitan mendapatkan tiket resmi, mencari informasi detail konser, atau menemukan teman untuk menghadiri acara bersama. Selain itu, wawancara ini juga memberikan wawasan tentang kebutuhan dan preferensi pengguna terhadap platform penjualan tiket konser. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis dan dirangkum menjadi *User Persona*, yaitu representasi karakteristik pengguna yang membantu mengidentifikasi tujuan, kebutuhan, serta minat mereka. *User persona* dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2 *User Persona*

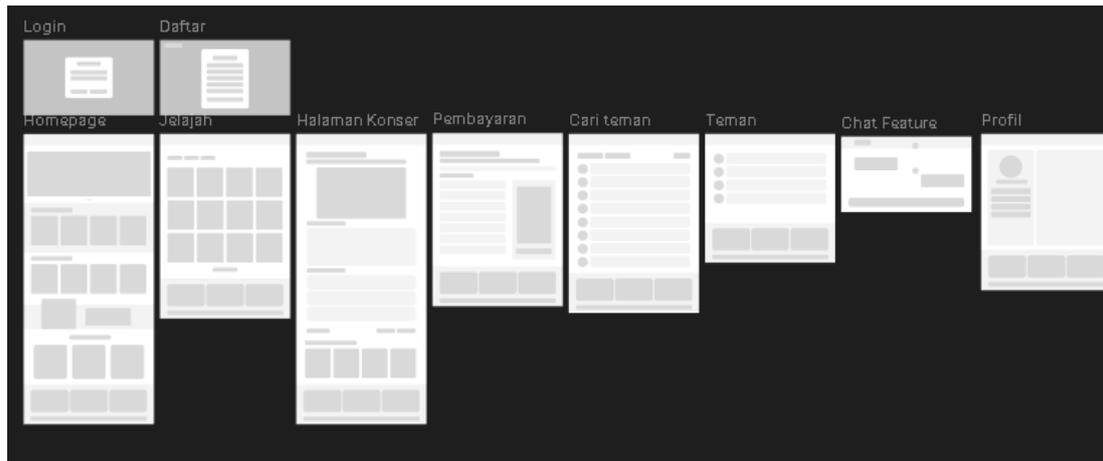
### B. Identifikasi Masalah Utama (*Define*)

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, masalah pertama yang diidentifikasi adalah kesulitan pengguna dalam mendapatkan informasi dan akses tiket konser yang resmi dan terpercaya. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan pengguna yang menunjukkan bahwa banyak dari mereka merasa bingung dan kewalahan dalam mencari tiket yang valid serta informasi detail terkait konser yang ingin mereka hadiri.

Masalah kedua adalah kesulitan dalam menemukan teman untuk menonton konser bersama, terutama bagi pengguna yang tidak memiliki jaringan sosial dengan minat musik yang sama. Dari wawancara, diketahui bahwa banyak pengguna merasa ragu atau tidak nyaman pergi sendiri ke konser karena kurangnya teman yang bisa diajak berbagi pengalaman tersebut. Mereka mengungkapkan kebutuhan akan fitur yang dapat membantu mereka menemukan teman baru dengan minat serupa untuk menciptakan pengalaman konser yang lebih menyenangkan.

### C. Pengembangan Konsep Solusi (Ideate)

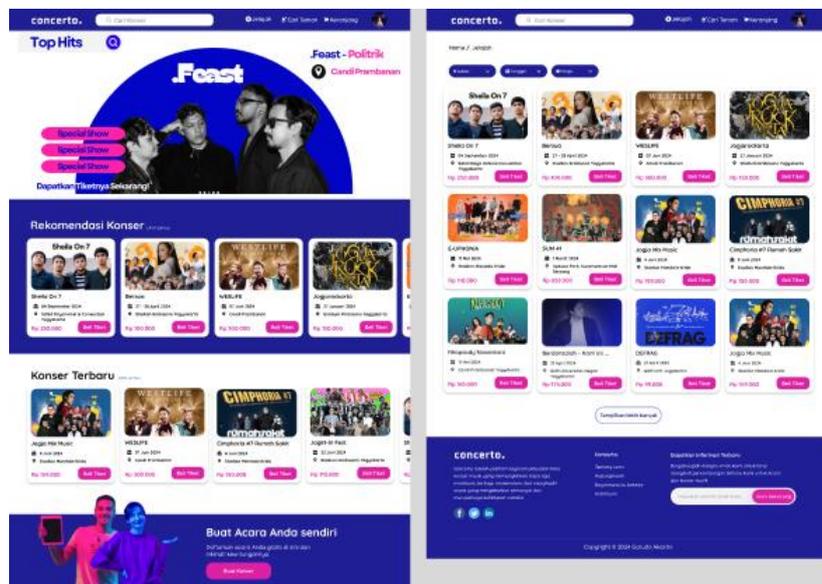
Pada tahap Ideate, langkah-langkah awal diambil untuk menciptakan solusi yang tepat bagi permasalahan yang telah diidentifikasi. Proses ini mencakup penentuan nama platform, pembuatan alur pengguna (*user flow*), dan perancangan *low-fidelity wireframe*. Platform ini diberi nama Concerto dengan harapan nama tersebut mudah diingat oleh pengguna sebagai tempat utama untuk membeli tiket konser. *User flow* dibuat dalam bentuk diagram untuk menggambarkan perjalanan pengguna saat mengakses platform, mulai dari mencari informasi konser hingga membeli tiket. Setelah itu, *low-fidelity wireframe* dirancang untuk menunjukkan tata letak dan navigasi dasar platform tanpa menggunakan elemen visual detail seperti warna atau ikon. Proses ini membantu memberikan gambaran awal tentang bagaimana platform akan berfungsi dan menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut. Hasil dari *low-fidelity wireframe* dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3 Low-Fidelity Wireframe

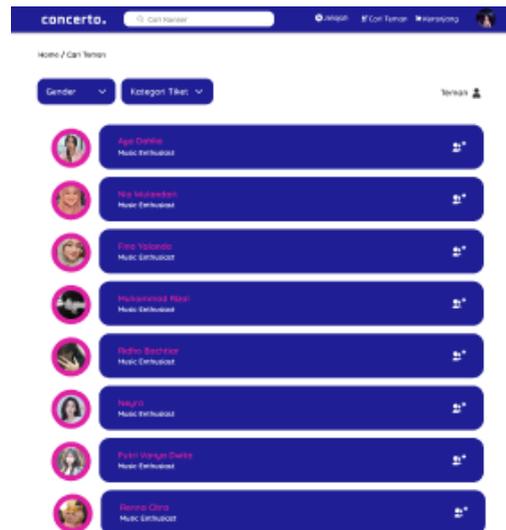
### D. Prototype

Setelah menentukan solusi yang akan dikembangkan, langkah berikutnya adalah merancang *prototype* dengan mendesain website penjualan tiket konser dengan menggunakan aplikasi Figma. Tampilan halaman konser dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Halaman Konser

Halaman konser pada website penjualan tiket ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang mudah dan menyenangkan bagi pengguna yang ingin mencari dan membeli tiket konser. Begitu pengguna memasuki halaman konser, mereka akan disambut dengan daftar acara yang sedang atau akan berlangsung, lengkap dengan informasi mengenai tanggal, waktu, lokasi, dan harga tiket. Pengguna dapat dengan mudah menelusuri konser berdasarkan genre musik, lokasi, atau artis favorit menggunakan filter pencarian yang tersedia. Pengguna juga dapat mengakses fitur cari teman yang ada pada website Concerto yang ditampilkan pada gambar 5.



Gambar 5 Halaman Cari Teman

Halaman cari teman yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menemukan teman baru dengan minat musik yang serupa. Di halaman ini, pengguna dapat mencari orang lain yang juga tertarik untuk menghadiri konser yang sama. Fitur pencarian memungkinkan pengguna untuk memfilter teman berdasarkan genre musik, lokasi acara, atau artis favorit, sehingga memudahkan mereka dalam menemukan teman yang memiliki ketertarikan serupa.

#### E. Testing

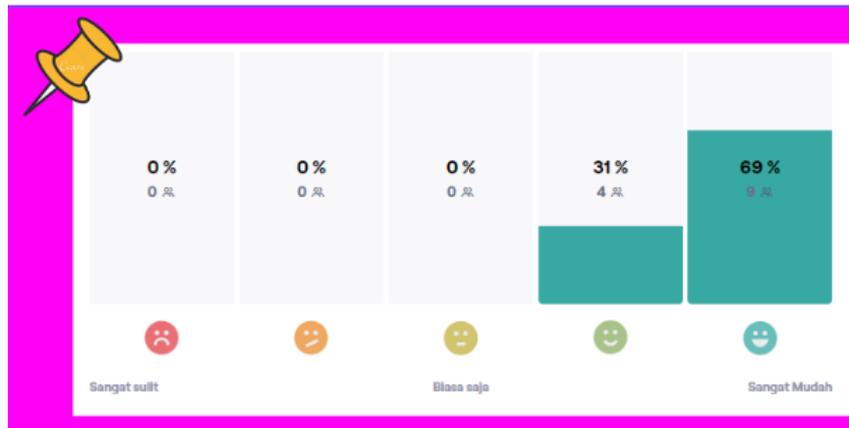
Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah evaluasi hasil pengujian, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana tampilan dan fungsionalitas website penjualan tiket konser yang dikembangkan memenuhi kriteria kemudahan penggunaan (*usability*). Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa pengguna dapat berinteraksi dengan situs web secara efektif dan efisien. Pengujian ini dilakukan dengan melibatkan 8 partisipan yang terdiri dari penggemar musik dan calon pengguna website. Para partisipan diminta untuk menjalankan berbagai skenario penggunaan yang umum terjadi selama proses, dengan tujuan mengidentifikasi potensi hambatan, kesulitan, atau aspek lain yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam membeli tiket konser. Hasil skenario testing dapat dilihat pada tabel 2.

TABEL 2  
HASIL SKENARIO TESTING

SKENARIO PENGUJIAN	HASIL PENGUJIAN	PERSENTASE KEBERHASILAN
Login dan Register	Mayoritas partisipan berhasil dengan mudah	90%
Pembelian Tiket Konser	Sebagian besar partisipan dapat membeli tiket dengan lancar	80%
Fitur Cari Teman	Mayoritas dapat mencoba fitur mencari teman dengan lancar	85
<b>TOTAL</b>		<b>85%</b>

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 1, rata-rata persentase keberhasilan untuk seluruh skenario pengujian adalah 85%, yang menunjukkan bahwa platform Concerto telah berhasil menyediakan fungsionalitas utama dengan baik. Sebagian besar pengguna dapat dengan mudah melakukan login, membeli tiket konser, dan memanfaatkan fitur cari teman. Persentase keberhasilan yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa platform telah dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan pengguna, mempermudah proses transaksi, dan mendukung interaksi sosial antar pengguna. Meskipun demikian, terdapat beberapa area yang masih perlu diperbaiki untuk memastikan bahwa semua pengguna, tanpa kecuali, dapat merasakan pengalaman yang optimal.

Setelah pengujian skenario dilakukan, partisipan diminta untuk memberikan penilaian mengenai pengalaman mereka saat melakukan pengujian platform. Hasil dari penilaian dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 Hasil Penilaian Partisipan

Hasil penilaian ini memberikan gambaran umum tentang kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam mengakses dan menggunakan website penjualan tiket konser Concerto. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa 31% partisipan merasa pengalaman pengujian yang mereka lakukan cukup mudah, sementara 69% pengguna merasa bahwa penggunaan website tersebut sangat mudah. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa nyaman dengan navigasi dan fungsionalitas website, meskipun ada sebagian kecil yang merasa bahwa pengalaman mereka tidak sepenuhnya optimal. Hasil ini memberikan wawasan penting tentang bagian yang masih dapat ditingkatkan untuk memastikan bahwa seluruh pengguna dapat menikmati pengalaman yang lebih baik saat mengakses dan menggunakan platform.

## V. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagian besar penggemar musik menunjukkan minat yang tinggi terhadap platform penjualan tiket konser Concerto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa website Concerto berhasil memenuhi kebutuhan penggemar konser melalui fitur-fitur seperti pencarian konser, pembelian tiket yang mudah, dan fitur cari teman untuk menghadiri konser bersama. Partisipan dalam usability testing memberikan umpan balik yang positif, menyatakan bahwa platform ini mempermudah proses pencarian tiket konser dan memberikan kemudahan dalam menemukan teman dengan minat musik yang sama. Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini, yaitu menciptakan sebuah platform yang mendukung kemudahan dalam membeli tiket konser dan meningkatkan pengalaman sosial penggunaannya, telah berhasil. Berikut adalah perbandingan Concerto dengan beberapa kompetitor yang sudah ada, yang ditampilkan pada tabel 3.

TABEL 3  
PERBANDINGAN FITUR KOMPETITOR LAIN

FITUR	Concerto	Tiket.com	BookMyShow	Loket.com
Pilihan Pencarian Konser	✓	✓	✓	✓
Cari Teman	✓	✗	✗	✗
Notifikasi	✗	✓	✓	✓
Keranjang	✓	✓	✓	✓

Berdasarkan tabel 3, terlihat bahwa Concerto unggul dengan fitur Cari Teman, yang tidak ditawarkan oleh ketiga kompetitor lainnya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mencari teman yang memiliki minat musik yang sama, meningkatkan pengalaman sosial dalam menghadiri konser. Namun platform ini masih memiliki kekurangan pada fitur notifikasi. Tidak adanya fitur notifikasi menjadi hambatan bagi pengguna yang menginginkan pembaruan informasi secara *real-time*, seperti pengingat pembelian tiket, promosi spesial, atau perubahan jadwal konser. Kekurangan ini dapat menyebabkan pengguna harus memeriksa platform secara manual untuk mendapatkan informasi terbaru, yang berpotensi menurunkan kenyamanan dan efisiensi penggunaan. Oleh karena itu, penambahan fitur notifikasi di masa mendatang dapat menjadi solusi penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dan memperkuat daya saing Concerto dibandingkan dengan platform yang lain.

Secara teoritis, penelitian ini menjelaskan bahwa fitur sosial seperti Cari Teman memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna di platform penjualan tiket konser. Temuan ini memperluas pemahaman yang sudah ada sebelumnya, bahwa pengguna tidak hanya mencari kenyamanan dalam membeli tiket, tetapi juga mencari pengalaman yang lebih terhubung secara sosial dengan orang lain yang memiliki minat musik yang sama.

fitur Cari Teman memungkinkan Concerto untuk mengisi celah yang tidak dijawab oleh kompetitor lain, yang umumnya lebih fokus pada pembelian tiket dan promosi. Namun, meskipun Concerto unggul dalam hal fitur sosial, penelitian ini juga mengidentifikasi kekurangan yang signifikan pada Concerto dalam hal notifikasi, yang menjadi fitur standar pada platform penjualan tiket konser yang lain. Ketiadaan notifikasi untuk memberikan pembaruan real-time berpotensi menurunkan kenyamanan dan efisiensi penggunaan. Secara praktis, hal ini menunjukkan bahwa meskipun Concerto menawarkan fitur inovatif, platform ini masih perlu memperbaiki kekurangan teknis agar lebih bersaing di pasar yang sangat kompetitif.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ukuran sampel yang relatif kecil, yang dapat mempengaruhi hasil pengujian. Hal ini membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut yang bisa mencakup sampel yang lebih besar dan lebih beragam. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah pengembangan dan pengujian fitur-fitur yang relevan dengan pengalaman sosial pengguna di platform penjualan tiket konser. Hasil penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya fitur sosial dalam meningkatkan pengalaman pengguna di industri hiburan dan dapat menjadi acuan bagi pengembangan lebih lanjut dalam sektor digital lainnya. Rekomendasi untuk penelitian di masa depan adalah untuk mengeksplorasi lebih jauh penggunaan teknologi seperti notifikasi push dan pembaruan *real-time*, serta menguji bagaimana fitur-fitur ini dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna yang berbeda, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan menyeluruh.

## VI. KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil merancang platform penjualan tiket konser berbasis website bernama Concerto. Platform ini dikembangkan menggunakan metode Design Thinking, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam mencari informasi detail konser, membeli tiket dengan mudah, dan menggunakan fitur pencarian teman untuk menjalin koneksi baru. Hasil usability testing menunjukkan tingkat keberhasilan sebesar 85%, mencerminkan pengalaman pengguna yang memadai dan menunjukkan bahwa platform ini mampu memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik.

Kesuksesan penelitian ini menegaskan bahwa metode Design Thinking yang berfokus pada kebutuhan pengguna efektif dalam merancang platform penjualan tiket konser yang intuitif dan fungsional. Platform ini memberikan solusi praktis untuk mempermudah akses tiket konser, meningkatkan interaksi sosial, dan mendukung pengalaman konser yang lebih baik. Namun, untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan adanya kolaborasi dengan penyelenggara konser atau promotor untuk memastikan informasi yang disediakan lebih lengkap dan akurat. Selain itu, pengembangan fitur notifikasi real-time dapat meningkatkan kenyamanan pengguna, terutama dalam hal pengingat pembelian tiket atau perubahan jadwal konser. Rekomendasi lainnya adalah mempertimbangkan pengembangan aplikasi mobile untuk menjangkau lebih banyak pengguna dan memberikan aksesibilitas yang lebih luas. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah Concerto sebagai platform penjualan tiket konser dan memperkuat daya saingnya di pasar, serta mendukung pengalaman pengguna secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. S. Bunga Farah Fauziah, "Dampak Konsumerisme Menonton Konser Musik Indonesia Di Kalangan Anak Muda," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 1, pp. 735–747, 2023, doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8098335>.
- [2] W. I. Rahayu, A. N. Andini, and S. M. I. Putr, "Sistem Transaksi Untuk Penjualan Tiket Event Musik Berbasis Web," *J. Tek. Inform.*, vol. 16, no. 1, pp. 39–46, 2024.
- [3] A. C. Dewi *et al.*, "Analisis dan perancangan sistem informasi pemesanan tiket konser," no. April, pp. 8–18, 2024.
- [4] J. Margaretha and A. Voutama, "Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Tiket Konser Musik Berbasis Web Menggunakan Unified Modeling Language ( UML )," *J. Inf. Syst.*, vol. 8, no. 1, pp. 20–31, 2023, doi: 10.33633/joins.v8i1.7107.
- [5] Y. F. A. Muda Sirul Huda, "E – TICKETING PENJUALAN TIKET EVENT MUSIK DI WILAYAH LAMPUNG PADA KARCISMU MENGGUNAKAN LIBRARY REACTJS," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 96–103, 2021.
- [6] M. Ade Ardiansa, "Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Online Eventku.id Berbasis Website PHP," *Comput. Insight J. Comput. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 40–47, 2024, doi: 10.30651/comp\_insight.v3i2.21635.
- [7] M. I. A. Anang Habibi, "Pengembangan Sistem Pemesanan Tiket Konser Berbasis Web Untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna utama bagi pengguna dibandingkan dengan website penyedia yang lain dan menjadikan," *J. Penelit. Teknol. Inf. Dan Sains*, no. 1, 2024.
- [8] S. Ariady, "Pengembangan Aplikasi Penjualan Tiket Acara Ghealways Berbasis Website," *J. Mhs. Inst.*

- Teknol. dan Bisnis Kalbis*, vol. 8, no. 2, pp. 1653–1658, 2022.
- [9] M. T. Syafi-in, L. Sa, and S. N. Qomariyah, “ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN ATAS METODE RESERVASI TIKET ONLINE DAN OFFLINE PT . KERETA API INDONESIA ( Studi Kasus Terhadap Stasiun Jombang ) A . Pendahuluan E – Commerce atau perusahaan yang menyediakan jual– beli barang maupun jasa pada saat i,” *J. Ekon. dan Perkemb. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 1–7, 2019.
- [10] H. R. Sitorus, A. Ibrahim, Y. Utama, and H. Novianti, “Prototype UI/UX Website Softcoffee dengan Penerapan Metode Design Thinking,” *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput. Peranc.*, vol. 4, no. 6, pp. 2744–2753, 2024, doi: 10.30865/klik.v4i6.1881.
- [11] F. U. Feri Fariyanto, Suaidah, “PERANCANGAN APLIKASI PEMILIHAN KEPALA DESA DENGAN METODE UX DESIGN THINKING ( STUDI KASUS : KAMPUNG KURIPAN ),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–60, 2021.
- [12] M. R. Sulistyono and A. Setiawan, “Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI / UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website,” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 4, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i4.3534.
- [13] S. Ansori, P. Hendradi, and S. Nugroho, “Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI / UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA,” *J. Inf. Syst. Res. Vol.*, vol. 4, no. 4, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i4.3648.
- [14] I. P. Sari, A. H. Kartina, and A. M. Pratiwi, “Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru,” *J. Pendidik. Multimed.*, vol. 2, no. 1, pp. 45–55, 2020.
- [15] D. T. Widiatmoko *et al.*, “Perancangan UI / UX Purwarupa Aplikasi Penentu Kualitas Benih Bunga Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking ( Studi Kasus PT Selektani ) Pendahuluan Peran teknologi informasi ( TIK ) dalam pengelolaan pertanian di Indonesia PT Selektani Induk U,” *J. Teknol. Inf.*, vol. 19, no. 1, pp. 120–136, 2022.
- [16] F. K. Bhakti, I. Ahmad, Q. J. Adrian, S. Informasi, F. Teknik, and U. T. Indonesia, “PERANCANGAN USER EXPERIENCE APLIKASI PESAN ANTAR DALAM KOTA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING ( STUDI KASUS : KOTA BANDAR LAMPUNG ),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 45–54, 2022.
- [17] M. Azmi, A. P. Kharisma, and M. A. Akbar, “Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode Design Thinking ( Studi Kasus GrabFood ),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 8, pp. 7963–7972, 2019.