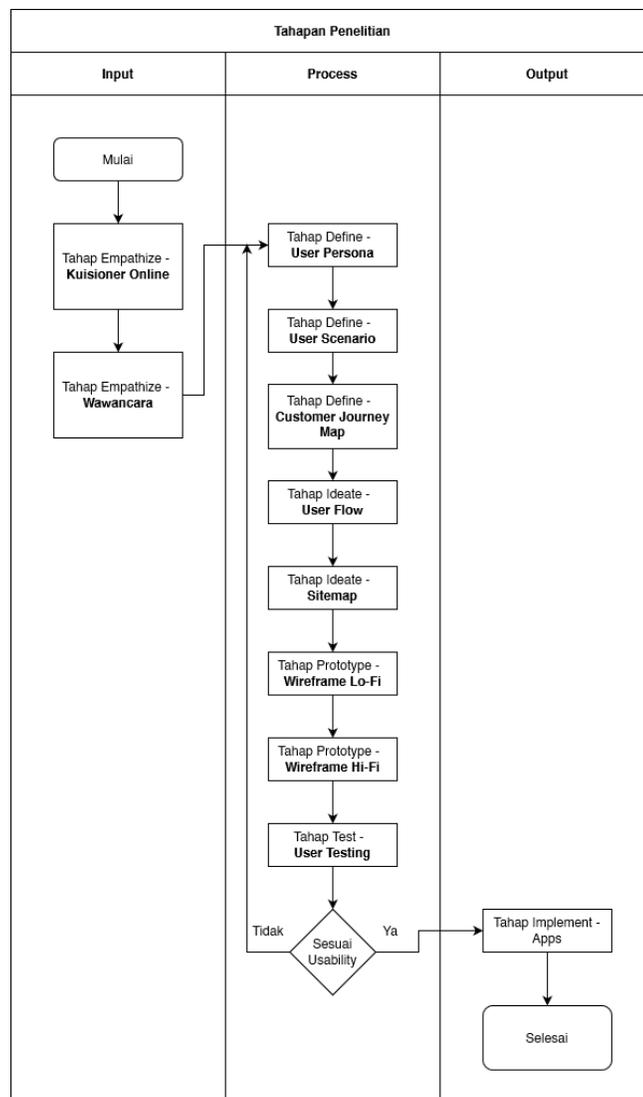


BAB III

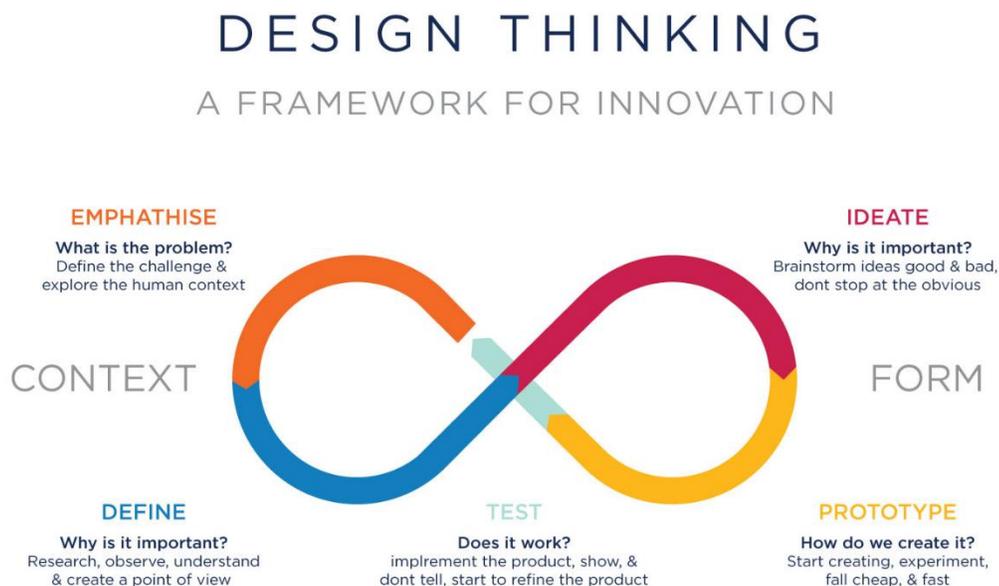
METODOLOGI

Pada bab ini akan dijelaskan tahapan-tahapan mengenai prosedur penelitian yang akan dijelaskan pada gambar 3.1 dan 3.2.

3.1 Tahapan Penelitian



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian



Gambar 3.2 Tahapan *Design Thinking*

Sesuai dengan gambar 3.1 dan 3.2, alur atau tahapan penelitian dalam metode *Design Thinking* dibagi kedalam 4 kategori, yaitu Riset, Analisis dan Perancangan, Prototype dan Pengujian yang masing-masing tahapnya dimulai dari Riset (*Empathize* – Kuisisioner Online, *Empathize* – Wawancara), Analisis dan Perancangan (*Define* – *User Persona*, *Define* – *User Scenario*, *Define* – *Customer Journey Map*, *Ideate* – *User Flow*, *Ideate* – *Sitemap*), lalu lanjut ke tahap Prototype (*Prototype* – *Wireframe Lo-Fi*, *Prototype* – *Hi-Fi*), dan yang terakhir yaitu tahap Pengujian (*Test* – *User Testing* dan *Implement* – *Apps*).

3.1.1. Riset

3.1.1.1. *Empathize*

Tahap dari *Design Thinking* yang termasuk kedalam tahap Riset adalah *Empathize* yang dimana pada tahapan ini dilakukan riset pengguna untuk mencari dan memahami masalah yang ada pada pengguna serta kebutuhan pengguna. Dalam riset pengguna, peneliti harus mengetahui apa yang dipikirkan, dirasakan, dikatakan serta dilakukan oleh pengguna yang nantinya akan didapatkan *Empathy Map* ataupun *User Experience Questionnaire* (UEQ).

3.1.2. Analisis dan Perancangan

3.1.2.1. *Define*

Tahap dari *Design Thinking* pertama yang termasuk kedalam tahap Analisis dan Perancangan adalah *Define*. *Define* merupakan sebuah tahap selanjutnya setelah mengerti tentang masalah dan kebutuhan pengguna untuk menggambarkan ide yang akan menjadi dasar dari pembuatan produk dan aplikasi.

a. *User Persona*

User Persona merupakan dokumen representasi dari pengguna yang paling penting untuk menganalisis pengguna agar mendapatkan tujuan, kebutuhan dan minat pengguna. *User Persona* memudahkan dalam menganalisis target pengguna seperti *user*

goals, perilaku pengguna dan *pain point* dari pengguna tersebut. Tujuan pembuatan *user persona* adalah untuk membuat keputusan sebuah desain dari perilaku, psikologi dan demografi pengguna.

Sebuah *user persona* harus dapat membantu menetapkan dasar dari menganalisis pengguna yang merupakan tugas dari seorang *user experience designer*. *Persona* juga digunakan untuk memvalidasi keputusan yang akan dibuat oleh desainer, juga membuat data lebih mudah dipahami dengan memberikan nama, wajah, tujuan, motivasi, kesulitan, biografi pengguna. Adapun elemen dari *user persona* antara lain foto dan nama *persona*, gelar pekerjaan dan tanggung jawab utama, demografi seperti usia, pendidikan, golongan dan status keluarga, tujuan dan tugas ketika berhasil mencoba sebuah aplikasi, lingkungan fisik sosial dan teknologi yang digunakan dan kutipan yang menyimpulkan apa yang paling penting bagi *persona* terkait dengan aplikasi yang akan dibuat. Berikut merupakan contoh *user persona* yang akan digunakan dalam pemodelan *user interface* dan *user experience* dengan menggunakan metode *design thinking*.

	<p><i>"I'm looking to join the right company that challenges me and allows me to grow and develop my skills."</i></p>	<p><i>"I crave variety in the types of industries and goals of each content project I work on. I need to ensure I won't get bored."</i></p>
<p>Company "Investigator" Rosa Cho Content Strategist, Freelance Age: 34 Location: Seattle, WA</p>	<p>About Rosa Rosa does not believe in settling. She won't settle for a job with a company that isn't as innovative and cutting edge as she believes she deserves. She wants to get the most out of every professional experience, and before moving to a new position, Rosa investigates every angle of aligning herself with a company.</p> <p>Behavioral Considerations</p> <ul style="list-style-type: none"> + Expects the site experience to reflect the business's culture and values + Interested in career opportunities within the organization that fit her career goals + Thoroughly compares multiple companies with similar opportunities + Is interested in the unique benefits of working at a company, including cultural elements, mentoring programs, and continuing education policies + Needs to be confident the company has innovative products that will be interesting to work on + Needs to know company has reputable partners and customers 	<p>Frustrations</p> <ul style="list-style-type: none"> + Thinks that too many companies have career sections that just talk about open positions but not why she would actually want to work there + Would like to challenge herself and have a more stable job, but is comfortable as a freelancer and wouldn't stop for just any job <p>Goals</p> <ul style="list-style-type: none"> + Needs to see reasons why a company is interesting: has it won awards, had intense growth, won big contracts? + Wants to figure out how to get in touch with someone at the company to explore opportunities further <p>Tasks</p> <ul style="list-style-type: none"> + Learn about current customers and success stories + Read press releases about recent big contract wins and other accolades + Read about culture, benefits and perks, and the people that work there + View job openings and apply

Gambar 3.3 Contoh *User Persona*

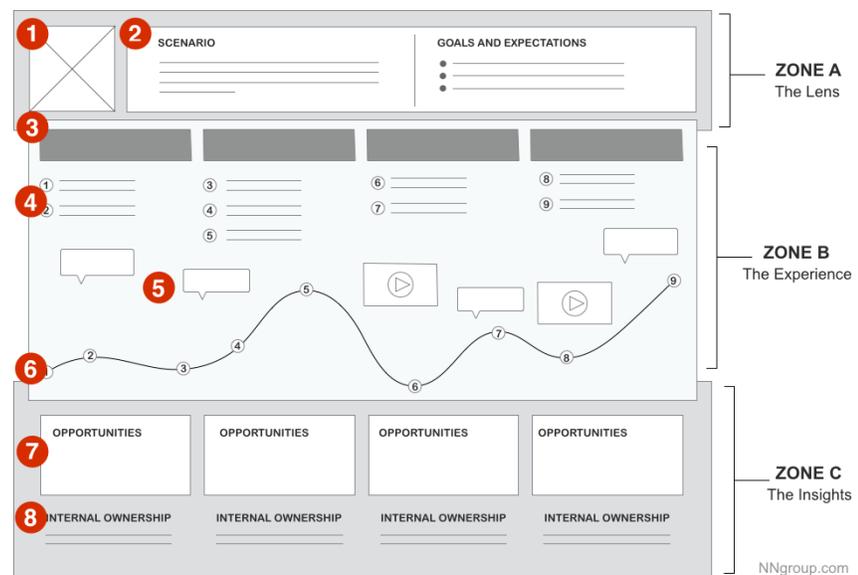
b. *User Scenario*

User Scenario menjelaskan dan menggambarkan proses cerita langkah demi langkah bagaimana pengguna datang ke aplikasi tersebut. Skenario pengguna yang bagus adalah skenario pengguna yang ringkas dan runtut. *User Scenario* dapat digunakan untuk membantu desainer memahami bagaimana perilaku dan interaksi pengguna, sehingga dapat mempertimbangkan keputusan ide-ide desain yang diambil. *User Scenario* terdiri dari kolom "Sebagai siapa?" yang menjelaskan pekerjaan pengguna seperti marketer, desainer dan lain sebagainya. Lalu ada kolom "Saya ingin" yang menjelaskan ekspektasi atau keinginan pengguna yang didasari oleh *pain point* sebelumnya. Lalu pada kolom "Maka" menjelaskan harapan pengambilan solusi yang diinginkan oleh pengguna

tersebut. Dan pada kolom terakhir yaitu “skenario” adalah cerita dan konteks dari aktivitas pengguna yang berkaitan dengan perilaku, sikap dan *pain point* pada pengguna tersebut.

c. *Customer Journey Map*

Customer journey map merupakan visualisasi dari proses yang dilalui seorang pengguna untuk mencapai suatu tujuan dan digunakan untuk memahami dan mengetahui kebutuhan pengguna.



Gambar 3.4 Contoh *Customer Journey Map*

Zona A The Lens memberikan sebuah batasan untuk peta dengan menetapkan (1) Persona (“Siapa”) dan (2) skenario yang akan diperiksa (“Apa). Zona B The Experience adalah inti dari *customer journey map* yang memvisualisasikan sebuah pengalaman

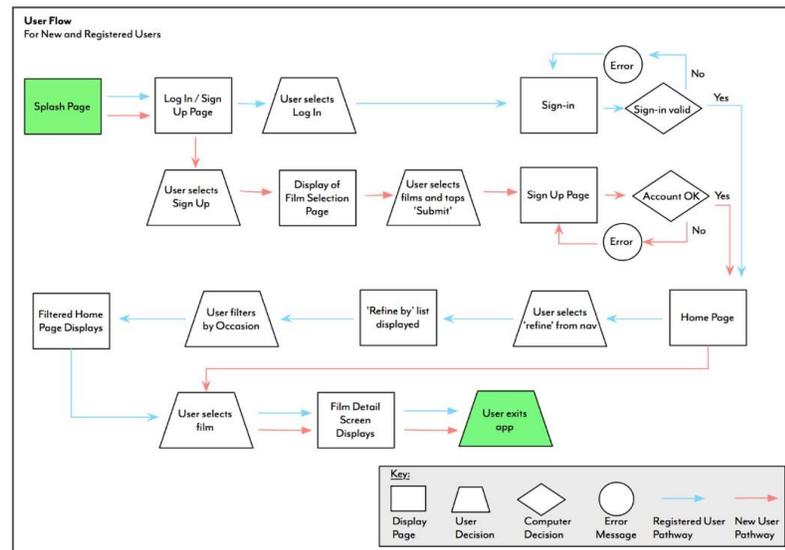
pengguna. (3) Fase perjalanan, (4) Tindakan, (5) Pikiran dan (6) Pengalaman emosional pengguna selama perjalanan dan dapat dilengkapi dengan kutipan atau video bila perlu. Dan terakhir adalah Zona C yang menjelaskan dan menggambarkan tentang wawasan dan titik ketidaknyamanan yang ditemukan oleh pengguna dan (7) Peluang untuk fokus pada solusi kedepannya, serta (8) kepemilikan internal.

3.1.2.2. *Ideate*

Ideate adalah tahap untuk menggambarkan solusi yang dibutuhkan pengguna setelah mendapatkan kebutuhan pengguna pada tahap *define*. *Ideate* dapat dilakukan dengan mengevaluasi beberapa ide kreatif yang sudah didefinisikan.

a. *User Flow*

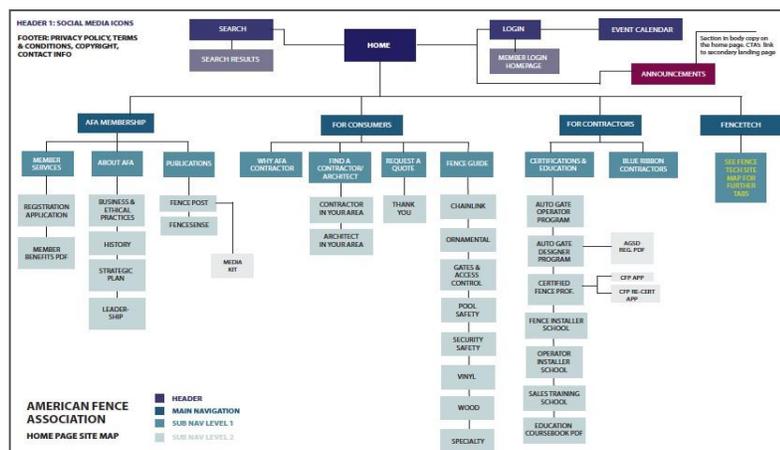
User Flow berfungsi untuk menggambarkan bagaimana sistem berinteraksi dengan perilaku pengguna. Dalam kata lain adalah menggambarkan langkah langkah yang dilakukan pengguna saat menggunakan suatu sistem atau produk sampai dengan kebutuhan pengguna tersebut terpenuhi. Berikut merupakan contoh dari *user flow*.



Gambar 3.5 Contoh *User Flow*

b. *Sitemap*

Sitemap merupakan sebuah denah dari sistem atau aplikasi yang memberikan representasi visual dan struktur aplikasi kedepannya. *Sitemap* juga membantu pengguna menavigasi sistem yang memiliki lebih dari satu halaman dengan menunjukkan diagram dari seluruh isi sistem atau aplikasi seperti denah suatu rumah.



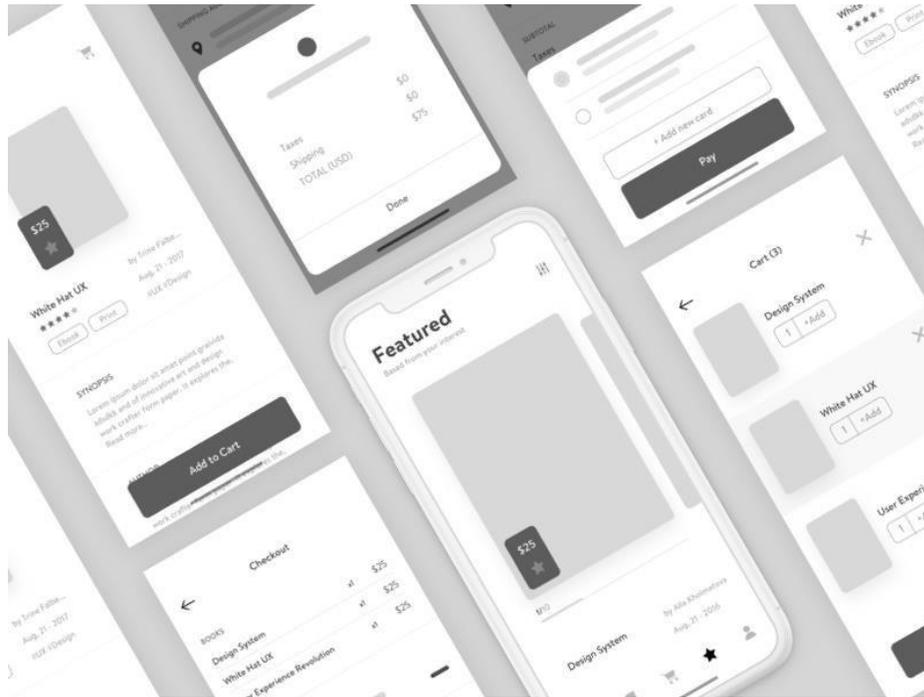
Gambar 3.6 Contoh Sitemap

3.1.3. Prototype

Prototype merupakan tahap untuk mengimplementasikan ide yang sudah dibuat kedalam sebuah produk atau aplikasi untuk menghasilkan sebuah skenario penggunaan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.1.3.1. Wireframe Low-Fidelity

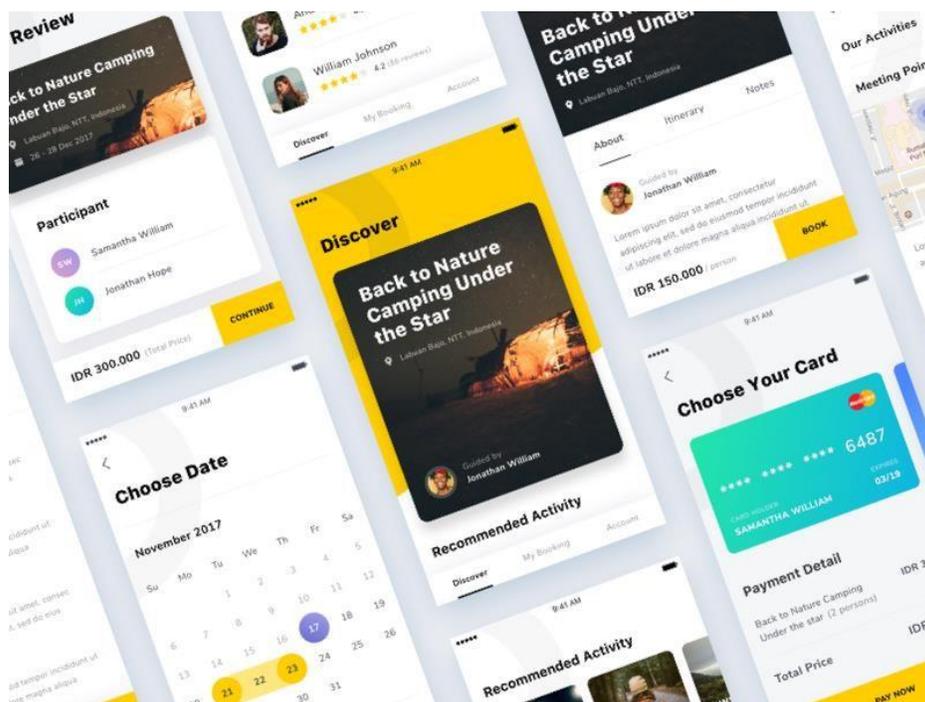
Wireframe Low-Fidelity adalah kerangka dasar dari sebuah aplikasi yang sangat sederhana dan berfungsi sebagai kerangka untuk memulai sebuah desain dan berguna untuk mengkomunikasikan, menentukan fungsi yang sangat mendasar serta tata letak sebuah elemen dasar. Pada tahapan ini umumnya mendefinisikan beberapa elemen dasar seperti *button*, *text*, *navigasi*, *padding*, *grid* dan lain sebagainya.



Gambar 3.7 Contoh *Wireframe Low-Fidelity*

3.1.3.2. *Wireframe High-Fidelity*

Wireframe High-Fidelity merupakan kerangka lanjutan versi detail dari kerangka sederhana sebelumnya. Pada tahap ini elemen yang ditambahkan antara lain *icon*, *image*, *typography*, *visual hierarchy*, *illustration* dan lain lain. Pada tahap ini pula didefinisikan sebuah interaksi antara elemen-elemen dan hirarki visual dari setiap halaman. *Hi-Fi* digunakan pula secara berurutan untuk menunjukkan bagaimana tugas tertentu dan *flow* aplikasi atau produk dapat diselesaikan dengan benar.



Gambar 3.8 Contoh *Wireframe High-Fidelity*

3.1.4. Pengujian

Pada tahap pengujian atau yang sering disebut *testing*, dilakukan sebuah percobaan dengan pengguna untuk mengukur sejauh mana kualitas dari aplikasi dalam sudut pandang pengguna. Tahap ini sangat penting karena akan didapatkan pengalaman dan masukan dari pengguna untuk memperbaiki produk atau aplikasi yang sudah diimplementasikan.