

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Skymo Apparel

Skymo Apparel memiliki dua tempat, yang dimana tempat tersebut memiliki perannya masing-masing diantaranya, Headquarter Dan Skymo Apparel Store di Jl.Sancang No.7C-7D Bogor Tengah (Dekat Mid East Cafe/Depan RSB.Azzahra), dan Authorized Dealer di Jl.Mayor Oking No.63, Ekawijaya, Cibinong, Bogor (Samping Pandu Logistik).

2.1.1 Sejarah Skymo Apparel

Didirikan pada tahun 2008, Skymo Apparel didirikan berdasarkan pada keinginan menciptakan perusahaan pakaian yang dipengaruhi oleh music, lifestyle, dan street fashion. Skymo Apparel adalah perusahaan yang 100% memiliki dan dioperasikan dengan bangga yang berbasis di Bogor, Indonesia. Desain dari Skymo Apparel yang unik dan premium ditampilkan dalam berbagai pakaian dan aksesoris. Skymo Apparel juga dikenal dengan harga yang terjangkau yang ditetapkan tanpa kompromi dalam kualitas.

2.1.2 Logo Skymo Apparel



Gambar 2.1 Logo Skymo Apparel

Filosofi dari logo Skymo Apparel adalah sebagai simbol yang memiliki arti dan tujuan untuk memasarkan produk dari Skymo Apparel sampai ke daerah-daerah Indonesia secara menyeluruh. Dengan huruf S sebagai inisial dari Skymo, Terdapat sayap pada huruf S beserta bentuk lingkaran yang dibawah tertuliskan Skymo

Apparel yang menyelituputi sebuah gambaran bola dunia yang mengartikan sebagai sebuah pencapaian yang akan diraih.

2.1.3 Visi & Misi Skymo Apparel

Visi dari Skymo Apparel adalah membuat serta menawarkan produk yang unik dan premium dengan pembuatan produk menggunakan teknologi yang terbaru. Serta Misi dari Skymo Apparel adalah memasarkan produk sampai kedaerah-daerah di Indonesia secara menyeluruh.

2.2 Tunjauan Pustaka

Landasan teori merupakan hal yang dilakukan untuk memaparkan hal apa saja yang di gunakan didalam penelitian ini. guna membantu siapa saja yang membaca mengerti akan hal-hal yang belum mereka ketahui.

2.2.1 Desain Interaksi

Desain interaksi adalah jembatan yang digunakan untuk berinteraksi antara manusia dengan produk dan layanan. Dengan kata lain ini adalah soal bagaimana menciptakan pengalaman pengguna yang meningkatkan dan menambah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi. Pendapat lain dari para ahli, Terry Winograd penggambaran awalnya sebagai “merancangan ruang untuk komunikasi dan interaksi manusia”. Lalu ada Jhon Thackara memhami dengan “mengapa dan juga bagaimana interaksi sehari-hari kita menggunakan komputer”. Dan adapun dari Saffer menekankan dari segi aspek artistiknya “seni memfasilitasi interaksi antara manusia melalui produk dan layanan”. Dilihat dari segi aspeknya yang sedang dirancang ada sejumlah istilah yang digunakan untuk menekankan aspek tersebut, termasuk desain antarmuka pengguna (UI), desain perangkat lunak, desain yang berpusat pada pengguna, desain produk, desain web, desain pengalaman pengguna, dan desain sistem interaktif. [4]

2.2.2 User Interface (UI)

User Inteface adalah subset dari bidang studi yang disebut *Human Computer Interaction* (HCI). *Human Computer Interaction* merupakan studi,

perancangan, dan desain tentang bagaimana orang dan komputer bekerja bersama sehingga kebutuhan seseorang terpenuhi dengan cara yang paling efektif. HCI *Designer* harus mempertimbangkan berbagai faktor diantaranya, apa yang orang inginkan dan diharapkan, apa keterbatasan dan kemampuan fisik yang dimiliki orang, bagaimana cara kerja sistem pengolahan informasi dan persepsi mereka, dan apa yang menurut orang menyenangkan dan menarik. Karakteristik teknik dan batasan perangkat keras dan perangkat lunak komputer juga harus dipertimbangkan. HCI adalah ilmu normatif yang dimaksudkan untuk meningkatkan *usability*. Tiga aturan ilmu yang biasa dipakai adalah estetika, etika dan logika. Secara luas, estetika membahas tentang antarmuka persuasif dan interaksi emosional, etika membahas tentang membuat *user experience* yang bagus, logika dalam metode HCI membahas masalah ilmu komputer yang terkini. HCI telah terkonsentrasi pada masalah yang profesional dan dampak dari fungsi, kepemilikan, keamanan, kebebasan, aksesibilitas, komunikasi dan kontrol. *User interface* adalah bagian dari komputer dan perangkat lunaknya yang dapat dilihat maupun didengar, disentuh, diajak berbicara, atau dipahami atau diarahkan oleh orang lain.

User Interface pada dasarnya memiliki dua komponen yaitu, *input* dan *output*. *Input* adalah bagaimana seseorang mengomunikasikan kebutuhan atau keinginannya terhadap komputer. Beberapa komponen input yang umum adalah *mouse*, *keyboard*, *trackball*, *joystick*, *touch* (sentuhan jari terhadap layar), dan *voice* (untuk intruksi yang diucapkan). Mengkesampingkan bagaimana komputer menyampaikan hasil perhitungan dan persyaratan terhadap pengguna. Pada saat ini mekanisme *output* komputer yang paling umum adalah tampilan pada layar, diikuti dengan mekanisme yang memanfaatkan kemampuan pendengaran seseorang. Desain *User Interface* yang tepat akan memberikan perpaduan mekanisme input dan output yang dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan, kemampuan, dan batasan pengguna dengan cara yang seefektif mungkin. [2] Menurut *e-book* karangan Wilbert O Galitz yang berjudul *The essential Guide to User Interface Design An Introduction to GUI Design Principles And Techniques*, *User Interface* adalah bagian dari komputer dan perangkat lunak yang dapat dilihat, didengar,

disentuh, diajak berbicara dan dapat dimengerti secara langsung oleh manusia. Maka dari itu *user Interface* dapat diartikan sebagai teknik dan mekanisme dari tampilan antarmuka untuk berinteraksi dengan pengguna. Dengan kata lain *User Interface* adalah bagian dari komputer atau perangkat lunak yang menjadi alat agar terjadinya interaksi antara pengguna dengan sistem.

Oleh karena itu *User interface* dapat diartikan sebagai bagian dari komputer atau perangkat lunak yang menjadi fasilitas agar terjadinya interaksi antara pengguna dengan sistem. Adapun Prinsip – prinsip yang harus di penuhi dalam pembangunannya perancangan antarmuka, menurut jurnal Analisis *User Interface* Media Pembelajaran Pengenalan Kosakata Untuk Anak Tunarungu karya tulisan Jelita Ardhiyani dan Adam Mukharil Bachtiar bahwa terdapat 17 prinsip umum yang melatar belakangi dirancangnya User interface, di antaranya :

1. Kompatibilitas Pengguna (*User Compatibility*)
2. Kompatibilitas Produk (*Product Compatibility*)
3. Kompatibilitas Tugas (*Task Compatibility*)
4. Kompatibilitas Alur Kerja (*Workflow Compatibility*)
5. Konsistensi (*Consistency*)
6. Keakraban (*Familiarity*)
7. Kesederhanaan (*Simplicity*)
8. Manipulasi langsung (*Direct Manipulation*)
9. Kontrol (*Control*)
10. What You See Is What You Get (*WYSIWYG*)
11. Keluwesan (*Flexibility*)
12. Tanggap (*Responsiveness*)
13. Teknologi tak terlihat (*Invisible Technology*)
14. Kekokohan (*Robustness*)
1. Perlindungan (*Protection*)
15. Mudah dipelajari (*Easy of Learning*)
16. Mudah digunakan (*Easy of Use*) [5]

2.2.3 *User Experience (UX)*

User Experience (UX) merupakan tindakan yang mengacu tentang bagaimana membuat produk itu berperilaku dan bagaimana dapat digunakan oleh manusia. Ditambah dengan pendapat Jesse Garret dijelaskan bahwa “setiap produk yang digunakan oleh seseorang pasti memiliki *user experience (UX)* entah itu koran, botol saus, kursi, *sweater*. khususnya adalah tentang bagaimana seseorang bisa merasakan perasaan senang, puas pada saat menggunakan, melihat, memegang, dan membuka serta menutupnya. [4]

Dari definisi ISO 9241-210, *User experience* adalah pengalaman seseorang dan respon dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. [6] *ser experience* dapat menilai kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem dan jasa. Menurut Jakob Nielsen, *User experience* mencakup Seluruh aspek interaksi terhadap pengguna dengan perusahaan, layanan, dan produk adalah cakupan dari *user experience*. [7] Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang dirasakan seseorang terhadap penggunaan produk yang menilai tentang tingkat kemudahan dan kenyamanan terhadap fungsionalitas yang disajikan oleh sebuah perangkat lunak adalah *user experience*.

2.2.4 *Website Design*

Pada awalnya *website* yang ada sebagian berbasis teks, memberikan fasilitas berupa hyperlink untuk hal berbagi tempat atau halaman teks. Besar kemungkinan upaya desain berkaitan dengan arsitektur informasi dimana, cara yang sangat baik untuk menyusun informasi ditingkat antarmuka sehingga pengguna dapat mengakses dan menavigasikan dengan mudah dan cepat. Jacob Nielsen dan Rolf Molich “untuk membuat desain *website* yang *applicable*, fokus pada *simplicity* (kesederhanaan), *feedback* (umpan balik), *speed* (kecepatan), *legibility* (keterbacaan), *ease of use* (kemudahan) dan mengingatkan betapa pentingnya *critical download time* untuk kesuksesan sebuah *website*. Pengguna yang terlalu lama menunggu keluarnya halaman cenderung akan meniggalkan untuk mencari *website* lain. Hal terpenting lainnya dalam elemen antarmuka adalah *breadcrumbs*. *Breadcrumbs* adalah label kategori yang ditampilkan pada halaman *website*, untuk

membantu mengingatkan pengguna sedang berada di halaman apa dan dari halaman mana mereka memulai. [4]

2.2.5 *Usability Testing*

Usability testing adalah sebuah penilaian yang bertolak ukur mengenai penggunaan sebuah produk oleh pengguna berdasarkan aspek effectiveness, efficiency, dan satisfaction. Kegunaan (*usability*) merupakan unsur penting dalam Human Computer Interaction (HCI). *Usability* yang baik adalah indikator yang menyebutkan bahwa sistem tersebut mudah digunakan, tidak menimbulkan kekhawatiran, dan mudah dipelajari oleh pengguna, cara mengetahui kondisi produk saat ini dengan melakukan evaluasi produk menggunakan *usability testing*, *usability testing* adalah merupakan teknik untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk bisa digunakan oleh pengguna tertentu untuk tujuan tertentu dengan efektif, efisien, dan kepuasan dalam konteks penggunaan tertentu. Berdasarkan buku *The Guide To Usability Testing* dari UX Pin, terdapat beberapa langkah untuk melakukan *usability testing*, diantaranya:

a. Menentukan Tujuan

Pada langkah ini dilakukannya *usability testing* untuk menentukan tujuan terhadap produk dengan melakukan wawancara terhadap pemangku kepentingan dengan pertanyaan yang dimaksudkan untuk mengetahui kategori tujuan yaitu, informasi produk yang relevan, pengguna, pesaing, keberhasilan, penelitian, dan pengaturan waktu dan ruanglingkup.

b. Menentukan Target

Untuk menentukan target pengguna, pengguna itu sendiri dipilih menyesuaikan kebutuhan karakteristik pengguna dari produk yang akan diuji.

c. *Moderated Test*

Pengujian yang terpantau dilakukan pada tahapan ini, dengan memberikan tugas untuk menjalankan *website* dan alat perekam akan digunakan untuk merekam setiap kegiatan yang dilakukan, seperti *software* perekam layar. Nilai keberhasilan akan diberikan pada setiap pengerjaan tugas, apabila pengguna berhasil melakukan tugas tanpa ada kendala dan pada waktu yang tidak terlalu lama,

maka pengguna akan diberi nilai 1 atau dianggap berhasil, namun akan diberi nilai 0 atau kurang berhasil jika pengguna banyak mengalami kesalahan dan kendala. Wawancara digunakan pada tahapan ini untuk menanyakan apa yang pengguna rasakan saat menggunakan produk. [8], [10]

2.2.6 *Goal Directed Design*

Tujuan adalah sebuah gambaran mengenai sesuatu hal yang ingin pengguna capai dan untuk mencapai sebuah tujuan diperlukan juga tahapan-tahapan yang harus dilakukan. Maka dari itu untuk mendapatkan tujuan pengguna itu maka digunakanlah *Goal Directed Design Method* yang akan menghubungkan antara penelitian dan desain dengan tahapan-tahapan yang akan dijelaskan secara umum untuk setiap kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Research

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data dengan melakukan observasi dan wawancara untuk mendapatkan data kualitatif tentang pengguna dan calon pengguna sesungguhnya dari produk. Ditahapan kali ini juga dilakukan pencarian informasi yang berkaitan dengan produk, mengevaluasi produk dan cara kerja produk, untuk mengetahui kondisi produk saat ini.

2. Modeling

Pada tahapan ini dilakukan pemodelan terhadap pengguna, dengan menggunakan alat berupa persona. Persona adalah dokumen atau penjelasan untuk menggambarkan kebutuhan pengguna. User persona dibentuk dari pola kebiasaan pengguna yang telah di uji, yang dapat membantu *User interface designer* untuk lebih mudah dalam membuat sebuah *User Interface* berdasarkan *User experience* yang di olah melalui *User persona*, yang nantinya dari setiap persona yang diperoleh, digunakan untuk membangun skenario tugas yang berbeda guna menguji tingkat keberhasilan pengguna. [13],[14]

Pada tahapan modeling ini, persona digunakan untuk memodelkan banyak pengguna yang telah ditemui dalam wawancara. Maka dari itu digunakanlah *User persona* dengan cara mengidentifikasi hasil pengujian dari pengguna (*audience*), yang dimana isi dari pengujian berupa elemen-elemen seperti nama, umur, lokasi,

kependudukan, atau pekerjaan dan biografi. Selain itu ada pula elemen-elemen pendukung seperti aktivitas *online*, aktivitas *offline*, hal-hal yang membuat klien tertarik, tingkat kenyamanan berteknologi, tingkat kenyamanan bersosialisasi, tingkat kenyamanan menggunakan *website*, motivasi untuk menggunakan produk, tujuan pengguna.

Sebagai alat desain, persona dapat menyelesaikan 3 tipe masalah desain selama pengembangan produk yang diantaranya :

1. *The Elastic User*
2. *Self Referential Design*
3. *Edge Cases*

Persona sebagai alat yang dapat mewakili segala jenis pengguna yang dapat di teliti seperti individu, kelompok, kebiasaan, motivasi dan nonUsers. Setiap persona yang di teliti dapat melakukan identifikasi motivasi dan tujuan pengguna. Setiap tujuan dari pengguna dapat ditemukan melalui persona, yang secara umum terdapat tiga tujuan yang ingin pengguna capai, yaitu :

1. *Experience Goals*
2. *End goals*
3. *Life goals*

Adapun langkah-langkah untuk mengidentifikasi pola perilaku dalam penelitian yaitu :

1. *Identify behavioral variables*

Data didapatkan dari perilaku yang di amati sebagai variabel perilaku. Diantaranya data demografi seperti usia atau lokasi geografis yang mungkin juga dapat mempengaruhi perilaku, tetapi jangan terfokus pada data demografi karena akan jauh lebih berguna dalam mengembangkan model pengguna yang efektif apabila data yang lain telah terpenuhi.

Secara umum dapat dilihat perbedaan penting antara pola perilaku yang muncul dengan cara memfokuskan perhatian pada jenis variabel seperti berikut :

1. Kegiatan adalah variabel untuk mengetahui apa saja yang dilakukan pengguna serta frekuensi dan volume.

2. Sikap adalah variabel untuk mengetahui cara bagaimana pengguna memikirkan tentang teknologi produk.
3. *Aptitude* adalah variabel untuk mengetahui pendidikan dan pelatihan apa saja yang dimiliki oleh pengguna dan kemampuan pengguna untuk belajar.
4. Motivasi adalah variabel untuk mengetahui mengapa pengguna terlibat dalam penggunaan produk.
5. Keterampilan variabel yaitu untuk mengetahui kemampuan pengguna yang terkait dengan teknologi produk, kemampuan pengguna dalam penggunaan komputer yang terdiri dari lima tingkatan diantaranya yaitu :
 - a. Fundamental adalah kemampuan pengguna komputer yang saat memulai pertama kali menggunakan komputer.
 - b. *Basic* adalah kemampuan pengguna komputer yang dapat mengoperasikan mesin pengolah data seperti Ms. Word dan Ms. Excel.
 - c. Intermediate adalah kemampuan pengguna komputer yang dapat memahami kompleksitas sebuah komputer, seperti penggunaan internet.
 - d. Advanced adalah kemampuan penggunaan komputer yang mampu mengeksplorasi internet.
 - e. Proficient adalah kemampuan pengguna komputer yang mampu melakukan kegiatan *programming* atau *scripting*.
2. *Map interview subject to behavioral variables*

Setelah melakukan identifikasi pada serangkaian variabel perilaku yang signifikan yang berdasarkan subjek wawancara, maka langkah berikutnya adalah memetakan masing-masing orang yang diwawancarai terhadap masing-masing variabel. Beberapa dari variabel ini akan mewakili tahapan perilaku yang terus menerus dan beberapa akan mewakili beberapa pilihan. Maka hasil yang diinginkan pada tahap ini yaitu secara akurat dapat

mewakili beberapa subjek yang dikelompokkan berkaitan dengan setiap variabel yang signifikan.

3. *Identify significant behavior patterns*

Setelah dipetakannya subjek wawancara, maka diperlukannya subjek yang ada dari beberapa variabel. Satu set subjek yang dikelompokkan ke dalam enam sampai delapan variabel yang berbeda-beda, akan adanya kemungkinan satu set tersebut yang mewakili pola perilaku yang signifikan yang dimana akan membentuk basis persona. Dari beberapa peran mungkin hanya menunjukkan satu pola yang signifikan, tetapi biasanya akan ditemukan dua sampai tiga pola yang seperti itu. Agar berlakunya pola, maka harus terjadinya hubungan yang logis atau penyebab yang mengakibatkan perilaku itu saling berkesinambungan.

4. *Synthesize characteristic and relevant goals*

Setelah dilakukannya identifikasi pada pola perilaku yang signifikan, maka akan di tuliskan sebagai potensi pengguna lingkungan, tipikal hari kerja, solusi, masalah yang dialami, dan hubungan yang relevan dengan orang lain. Namun, biografi fiktif dan tidak logis itu juga merupakan gangguan dan juga membuat data kepribadian menjadi kurang signifikan. Hanya berupa data kongret yang dapat mendukung keputusan desain dan bisnis yang akan dibuat.

Dapat juga menambahkan beberapa data demografi seperti usia, lokasi geografis, pendapatan relatif dan jabatan. Informasi demografi ini dapat membantu untuk memvisualisasikan persona yang lebih baik saat mengumpulkan data perilaku.

5. *Check for redundancy and complements*

Pada tahapan ini persona seharusnya sudah mulai terlihat. Peneliti harus memeriksa pemetaan dan karakteristik karakter dan sasaran untuk melihat apakah ada keperluan penting yang harus dipenuhi. Dan juga apakah data mengarah kepada kebutuhan untuk dilakukannya penelitian tambahan yang diarahkan untuk menemukan perilaku tertentu yang hilang atau tidak ditemukan dari fokus perilaku yang dicari.

Jika menemukan ada dua kepribadian yang tampaknya hanya bervariasi pada demografi. Maka dapat memilih untuk menghilangkan salah satu persolnel untuk membuatnya menjadi lebih berbeda. Karena setiap persona harus berbeda dari yang lainnya setidaknya dalam satu perilaku yang signifikan.

6. *Expand description of attributes and behavior*

Variabel yang sudah memiliki kelengkapan dan tidak memiliki pengulangan terhadap variabel yang lain maka perlu adanya pengembangan agar persona yang sudah terbentuk dapat lebih hidup. Pengembangan deskripsi ini berdasarkan variabel kebiasaan dan pola kebiasaan yang telah terbentuk.

7. *Designate persona types*

Sebuah desain harus mencakup segala kebutuhan target pengguna yang difokuskan untuk desain. Pada umumnya, semakin spesifik target maka akan semakin baik pulan tujuannya. Maka dari itu untuk mencakup target yang lebih spesifik kategorikanlah *setiap persona menjadi enam tipe, yaitu :*

- a. *Primary*
- b. *Secondary*
- c. *Supplemental*
- d. *Customer*
- e. *Served*
- f. *Negative*

3. *Requirement*

Berfokus pada persona yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya, untuk membangun suatu skenario yang berdasarkan pada tujuan dan kebutuhan spesifik dari pengguna. Pengguna memberikan berupa gambaran mengenai tugas-tugas mana saja yang penting dan mengapa ini akan mengarah pada desain antarmuka, tetapi dapat juga meberikan hasil yang maksimal. Maka dari itu desain akan

mempermudah pekerjaan pada tugas-tugas yang penting. Adapun langkah dalam membuat skenario berdasarkan persona yaitu :

a. *Set Scene* (membuat Adegan)

pada langkah ini akan dibentuknya sebuah cerita yang spesifik dimana persona dapat berinteraksi dengan sistem, kapan dan siapa yang mempengaruhi persona dalam penggunaan sistem.

b. *Establish The Goals or Conflict* (Menetapkan Tujuan atau Konflik)

Pada langkah ini persona dipicu oleh tujuan untuk menggunakan sistem, maka dibuatlah sebuah konflik yang harus diselesaikan oleh persona, agar pengalaman dalam menggunakan sebuah sistem dapat tergambarkan.

c. *Overcome Crisis Along The Way* (mengatasi krisis)

Pada saat menggunakan menggunakan produk atau menjalankan sistem, bagaimana pengguna menggunakannya, seperti apa aktivitas yang pengguna lakukan, untuk mencari apa yang dicari untuk memenuhi kebutuhan.

d. *Achive Resolution* (Mencapai resolusi)

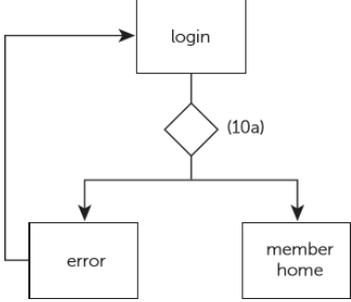
Bagaimana pengguna akhirnya bisa mencapai tujuan dalam penggunaan sistem dan hal-hal apa saja yang dapat membantu pengguna mencapai tujuannya.

e. *Reach Denouement* (Mencapai Penyelesaian Konflik)

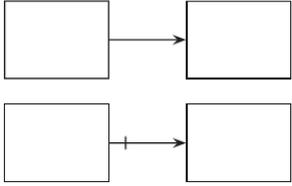
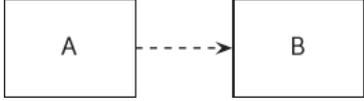
Bagaimana produk bisa mempengaruhi kehidupan pengguna dan bagaimana pengguna pada akhirnya selesai dalam menggunakan produk atau menjalankan sistem.

Pada tahapan ini selain membuat skenario dilakukan juga penggambaran tugas atau aksi dengan diagram *Site Maps*. Diagram *Site Maps* adalah alat untuk memvisualisasikan sebuah *layout* aplikasi. Adapun elemen-elemen yang digunakan dalam pembuatan *site maps* dapat dilihat pada Tabel 2.1.

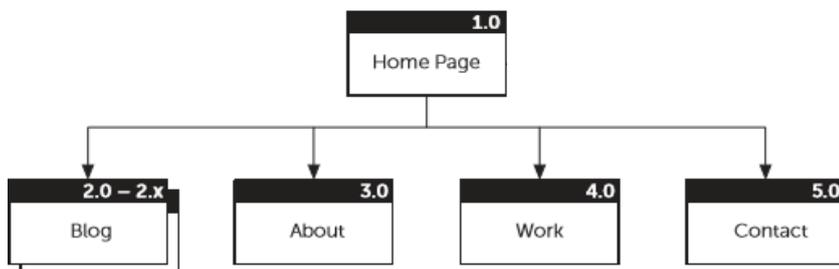
Tabel 2.1 Daftar *Element Site Maps*

No.	Elemen	Keterangan
1.	<p data-bbox="432 416 488 439"><i>Page</i></p> 	<p data-bbox="831 416 1361 577">Page adalah halaman yang digambarkan dengan kotak persegi panjang, dan berguna untuk menggambarkan nomor halaman yang berisi konten konten.</p>
2.	<p data-bbox="432 678 544 701"><i>Pagestack</i></p> 	<p data-bbox="831 678 1361 790"><i>Pagestack</i> mewakili tampilan yang memiliki persamaan halaman dengan konten yang berbeda.</p>
3.	<p data-bbox="432 1037 592 1059"><i>Decision Point</i></p> 	<p data-bbox="831 1037 1361 1339"><i>Decision point</i> digunakan untuk menggambarkan arah yang pengguna dapat ambil, berdasarkan jawaban dari pertanyaan, pertanyaan yang dimaksud adalah kondisi ketika terdapat dua pilihan untuk masuk ke dalam sebuah halaman. 10a merupakan kondisi yang menentukan halaman mana yang akan ditampilkan.</p>

Tabel 2.1 Daftar *Element Site Maps* (Lanjutan)

No.	Elemen	Keterangan
4.	<p data-bbox="352 409 603 439"><i>Connectors and Arrow</i></p> 	<p data-bbox="751 409 1283 943"><i>Connectors and arrows</i> digunakan untuk menggambarkan perpindahan antara <i>page</i> yang satu dengan yang lainnya, dalam sebuah <i>condition point</i> dan seterusnya. <i>Connectors and arrow</i> digunakan ketika ada aksi dari <i>page</i> yang satu dengan yang lain. <i>Connectors</i> yang memiliki <i>cross bar</i> merupakan <i>connectors</i> yang menandakan aksi tidak dapat kembali ke halaman sebelumnya, seperti pengguna yang sudah <i>login</i> ke dalam website, tidak dapat mengakses halaman yang sebelumnya belum melakukan <i>login</i>.</p>
5.	<p data-bbox="352 965 475 994"><i>Conditions</i></p> 	<p data-bbox="751 965 1283 1077"><i>Conditions</i> digunakan untuk menggambarkan kondisi yang harus dilakukan karena sebuah aksi atau <i>event</i>.</p>

Berikut adalah Gambar merupakan contoh Diagram *Site Maps*:

Gambar 2.2 Diagram *Site Maps*

4. Framework Definition

Pada tahap ini perancang menganalisis *interaction framework* dengan menggunakan alat-alat visual.

5. *Refinement*

Tahap ini meneruskan tahap *framework definition* yang lebih berfokus kepada menggabungkan hasil, dikarenakan hasil akhir pada tahapan ini berupa dokumentasi dari desain.

6. *Support*

Tahapan *support* dilakukan apabila didapatkan pilihan untuk melakukan pengembangan terhadap sistem. Dalam penelitian ini tidak dilakukannya tahapan *support*. [1], [10]

2.2.7 *User Flows*

Alat yang digunakan untuk menggambarkan apa yang pengguna lihat dari sebuah produk, dan apa yang dapat mereka lakukan dengan produk tersebut adalah pengertian dari *user flows*, pengerjaan suatu tugas tidak akan selalu berjalan lancar, beberapa akan terdapat belokan atau tikungan. Maka itu *user flows* membantu pengembang produk dengan tujuan memahami bagaimana sistem berinteraksi dengan kebiasaan pengguna. Menanggapi pengguna yang mengalami kesalahan dan melakukan aksi – aksi mengenai sistem merupakan hal yang dilakukan oleh sistem. *User flows* berguna bagi pengembang untuk melihat semua detail dan spesifik interaksi pada. Berikut langkah-langkah membuat User flows:

1. Setiap halaman pada fitur memiliki banyak pilihan dan banyak aksi yang berbeda – beda untuk dilakukan maka dari itu *user flows* dapat digunakan untuk menggambarkan alur setiap halaman pada fitur sistem/*website*.
2. Lakukan pembuatan User flows dengan memulai dari menentukan tujuan pengguna saat menggunakan fitur yang terdapat pada sistem/*website*.
3. Sebutkan apa yang pengguna lihat dan apa yang pengguna lakukan untuk mencapai tujuannya.
4. Pada setiap aksi tidak harus selalu satu aksi, dapat ditambahkan dua, tiga ataupun empat alternatif untuk mencapai tujuan. [9], [10].

