

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan mewabahnya pandemi Covid-19 di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Pemerintah mengambil keputusan untuk melakukan pembatasan segala aktifitas dari berbagai sektor untuk beralih ke daring (dalam jaringan). Berbagai perusahaan berlomba lomba untuk membuat sistem yang benar benar bisa menunjang kegiatan perekonomian secara online pada perusahaannya, salah satunya PT. Afi Communication Advertising.

PT. Afi Communication Advertising adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyewaan media *advertising indoor* maupun *outdoor* yang beralamatkan di Jalan Batununggal Indah Raya No.387, Kelurahan Batununggal, Kecamatan Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Afiat selaku Direktur Utama dan Ibu Rizda selaku bagian *Marketing* dan *Admin*, dapat diketahui bahwa *website* dari PT. Afi Communication Advertising beralamatkan pada <https://www.ptaficomcommunicationadvertising.com/> ini memiliki fitur sebagai sarana untuk memberi informasi mengenai perusahaan dan produk yang dipasarkan. Menurut pemaparan Bapak Afiat, beliau kesulitan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan dan kenyamanan calon *customer* dalam mencari informasi pada *website* dari PT. Afi Communication Advertising, karena menurut beliau *website* perusahaan harusnya sesuai dengan slogannya yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Akan tetapi *website* tersebut belum menggunakan *search engine optimization* (SEO). Hal tersebut menyebabkan pihak perusahaan tidak bisa mengetahui statistik total pengunjung websitenya.

Maka dari permasalahan tersebut diperlukan penilaian kepada masyarakat, khususnya calon customer yang nantinya akan menggunakan jasa PT Afi Communication Advertising dengan mengumpulkan kuisioner terhadap 15 (lima belas) orang responden yang memiliki parameter yang sesuai dengan konsep UI/UX antara lain *personality*, *layout* dan *color*.

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 15 (lima belas) orang responden yang terdiri dari 7 pria dan 8 orang wanita dengan rentang usia 19 (Sembilan belas) hingga 39 (tiga puluh sembilan) tahun. Dapat disimpulkan bahwa secara umum tampilan *website* sudah bagus dan mudah untuk dipahami sesuai dengan konsep UI/UX *personality*. Tetapi berdasarkan konsep UI/UX *layout*, terdapat beberapa tata letak yang tidak sesuai dan menumpuk di halaman utama sehingga menu navigasi yang terdapat pada header terkesan tidak perlu ada. Selain itu warna oranye pada *website* terlalu terang dan dominan sehingga menyebabkan responden tidak nyaman saat membuka *website* untuk waktu lama, hal tersebut tidak sesuai dengan konsep UI/UX *color*. Lalu terdapat beberapa *button* yang tidak berfungsi atau mengarah pada page tertentu dan terdapat fitur pencarian tidak dapat memunculkan hasil yang diinginkan oleh responden dimana hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip antarmuka yaitu *functionality*.

Dari permasalahan yang dijelaskan di atas, diperlukannya analisis yang nantinya akan digunakan untuk menilai seberapa pentingnya dampak dari *user experience* dari website PT. Afi Communication Advertising. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar persentase kepuasan dari *user* terhadap *user interface* setelah mengunjungi *website* melalui komputer maupun ponsel dan mencoba semua fitur dan halaman yang ada pada *website*. Untuk itu pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode *task centered system design* yang dimana metode ini meliputi 4 tahap antara lain *identification, requirement, design as scenario dan walktrough evaluation*. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi *user interface* yang dapat membantu pengembang *website* dalam menemukan rekomendasi desain yang dapat meningkatkan desain *website* yang sudah diterapkan sebelumnya. [1]

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Responden (*user*) merasa tidak nyaman dengan tata letak komponen komponen dari *website* perusahaan yang sedang berjalan.

2. Responden (*user*) merasa tidak nyaman dengan perpaduan warna dari *website* perusahaan yang sedang berjalan.

1.3 Maksud dan Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penelitian ini adalah menghasilkan *prototype* usulan *user interface* untuk *website* PT. Afi Communication Advertising yang sudah sesuai dengan konsep UI/UX dan juga sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan dari pengguna *website*. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu menganalisis dan memperbaiki tata letak komponen *website* agar sesuai dengan konsep UI/UX.
2. Membantu menganalisis dan memperbaiki perpaduan warna pada *website* agar sesuai dengan konsep UI/UX.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan ini terfokus dalam lingkup masalah yang diinginkan, maka ada batasan masalah yang akan dilakukan. Adapun batasan masalah yang akan dibatasi adalah sebagai berikut :

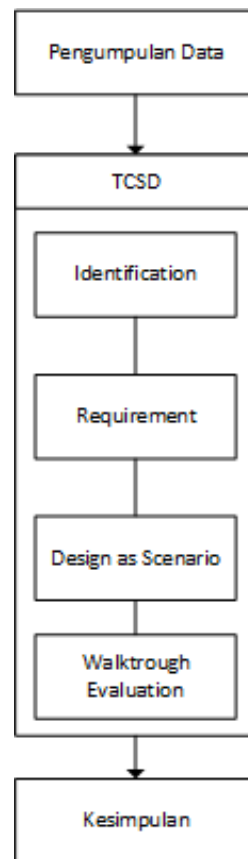
1. Penilaian *user interface* dan *user experience* hanya mengacu pada *website* dari PT. Afi Communication Advertising pada hak akses pengunjung/calon *customer*.
2. Analisis *user interface* dan *user experience* dalam penelitian ini menggunakan metode *Task Centered System Design*.
3. Target pengguna yaitu individu/kelompok/perusahaan yang nantinya akan menggunakan jasa dan/atau produk dari PT. Afi Communication Advertising.
4. Keluaran yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu usulan UI yang berupa *native prototype*.
5. Tools yang digunakan untuk membuat *prototype* adalah Figma.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan kegiatan, peraturan serta prosedur yang dipakai oleh peneliti suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan suatu analisis teoritis tentang sebuah metode atau cara. Penelitian merupakan sebuah

penyajian yang sistematis dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengetahuan. [2]

Adapun alur metodologi penelitian pada penelitian tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar I.1 di bawah ini :



Gambar I.1 - Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data melalui literatur, jurnal, makalah dan bacaan yang ada hubungannya dengan judul penelitian. [3]

Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari hal yang digunakan dalam UI/UX untuk menilai seberapa besar kepuasan dan kenyamanan dari

seorang user terhadap sebuah produk, serta tahap tahap analisis dan perancangan dari UI/UX yang sesuai.

2. Kuesioner

Pengumpulan data diperoleh dari kuisisioner yang disebar kepada masyarakat, khususnya orang yang pernah dan/atau akan menggunakan *website* dari PT. Afi Communication Advertising. Data tersebut mengenai pengalaman mereka dalam mengakses dan menggunakan *website* dari PT. Afi Communication Advertising.

Menurut Roscoe, saran mengenai ukuran sampel untuk penelitian yang baik adalah sebagai berikut: [4]

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya, pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, variabel penelitiannya ada 5 (dependen+independen), maka jumlah anggota sampel = $5 \times 10 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10-20.

Berdasarkan pemaparan sampel penelitian ini merujuk pada jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 3 variabel sehingga sampel yang digunakan sebanyak $3 \times 10 = 30$ sampel. [4]

3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada Direktur utama untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi dan *task* apa saja yang ada pada *website* dari PT. Afi Communication Advertising.

1.5.2 Metode Analisis UI/UX

Metode analisis UI/UX yang digunakan pada penelitian ini adalah *Task Centered System Design* atau yang biasa disingkat dengan TCSD. *Task Centered System Design* merupakan sebuah metode dalam *Human Computer Interaction* (HCI) yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan *task* dari *user*. Adapun alur dari *Task Centered System Design* tersebut dapat dilihat pada gambar I.2. [1]



Gambar I.2 - Metode Analisis UI/UX Task Centered System Design

Metode *Task Centered System Design* tersebut meliputi 4 tahapan, antara lain sebagai berikut: [1]

1. Identification

Pada tahap ini, peneliti melakukan pemahaman atau *research* terhadap objek terkait untuk mencari data yang dibutuhkan sebelum memulai tahap awal sebelum melakukan desain pada *website*. Tahap tersebut meliputi pengumpulan data, identifikasi *task* yang ada pada sistem, dan identifikasi *user*.

2. Requirements

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengelompokan tipe-tipe *user* yang sudah ada untuk menentukan konteks *user* yang merepresentasikan pengelompokan persona *user*. Yang dimana hasil yang diharapkan adalah *user flow* yang berisi langkah langkah yang dilakukan *user* dalam mengakses *website* PT. Afi Communication Advertising.

3. Design as Scenarion

Pada tahap ini, peneliti mulai melakukan proses desain yang terdiri dari *sketching*, *wireframe*, testing *wireframe* dan *prototyping*.

A. Sketching

Sketching adalah tahapan dimana peneliti melakukan proses desain awal yang mengacu pada *user flow* yang sudah didapatkan sebelumnya. Proses tersebut menggunakan *Crazy 8s* untuk menggambarkan desain awal.

B. Wireframe

Wireframe adalah proses mengaplikasikan desain yang sudah dibuat pada tahap *sketching* ke suatu tools sehingga menghasilkan tata letak halaman, navigasi dan bagaimana elemen elemen tersebut saling berkesinambungan.

C. Testing Wireframe

Testing Wireframe adalah tahap pengujian terhadap semua halaman hasil desain yang terbentuk, dengan tujuan untuk mengetahui apakah user sudah puas dengan task yang ada pada wireframe. Proses tersebut menggunakan *heuristic evaluation* yang nantinya akan menghasilkan tabel penilaian *task*.

D. Prototyping

Prototyping adalah menggabungkan desain hasil *wireframe* tersebut untuk membentuk detail grafis secara visual yang menggambarkan bentuk nyata dari desain *website* yang akan diterapkan. Adapun *tools* yang digunakan untuk proses *prototyping* adalah Figma.

4. Walkthrough Evaluation

Pada tahap ini, peneliti memasuki tahap evaluasi menggunakan *skala likert*, apakah nilai kepuasan *user* terhadap *user interface* dari *website* sudah membaik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh *user*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai acuan bagi penulis agar penulisan skripsi ini dapat terarah dan tersusun sesuai dengan yang penulis harapkan, maka akan disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai profil PT. Afi Communication Advertising yang meliputi sejarah instansi, logo instansi, visi dan misi instansi, dan struktur organisasi. Selain itu

terdapat teori – teori yang berhubungan dengan sistem yang akan dibangun.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan membahas tentang proses tahap analisis UI/UX dan desain awal dari *user interface* yang nantinya akan dibuat menjadi *prototype*.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang proses implementasi *user interface* dalam bentuk *native prototype* yang sudah melewati tahap analisis *user experience* dan proses pengujian *prototype* UI/UX kepada *user*.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan juga disertakan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.