

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjau Profil PT. Afi Communication Advertising

Pada tahap tinjauan perusahaan ini merupakan tahap peninjauan terhadap tempat penelitian yaitu PT. Afi Communication Advertising. Tinjauan ini meliputi sejarah perusahaan, logo dan visi misi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan dari PT. Afi Communication Advertising itu sendiri.

2.1.1 Sejarah Instansi PT. Afi Communication Advertising

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

PT. Afi Communication Advertising pertama kali di dirikan oleh Bapak Afiat Sembada pada tahun 2002. Pada awalnya memiliki nama CV. Afi Communications dan beralamatkan pada Jalan Cikawao Bandung. Pada tahun 2006, berubah menjadi PT dan berpindah lokasi ke Jalan Karapitan No. 89. Pada tahun 2007 hingga 2009, perusahaan sempat berekspansi ke arah *Event Organizer*. Baru pada tahun 2010 kembali fokus ke dalam bidang *Advertising* dan berpindah lokasi di Jalan Batununggal Indah Raya. Selain itu kini sudah terdapat *workshop* yang berkolasi di Jalan Ciguruwuk No. 210 Cinunuk – Cileunyi, Bandung 40224. Hingga saat ini sudah terdapat beberapa perusahaan besar seperti Agung Podomoro Land, PT. Telekomunikasi Selluler, Mazda, PT. Indofood, dan lain sebagainya.

PT. Afi Communication Advertising tentunya memiliki sebuah logo. Logo adalah suatu instrumen yang menggambarkan harga diri dimana seluruh nilainya bisa mewujudkan citra yang baik dan mampu dipercaya. Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang entitas tersebut. [5]

Logo dari PT. Afi Communication Advertising dapat dilihat pada gambar II.1.



Gambar II.1 - Logo PT. Afi Communication Advertising

2.1.2 Visi dan Misi

Suatu organisasi tentunya memerlukan visi dan misi tertentu yang sesuai dengan bidang yang digeluti oleh organisasi tersebut. PT. Afi Communication Advertising juga tentunya memiliki visi dan misi untuk menjalankan bisnisnya agar lebih terarah dan tentunya untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri. Berikut ini adalah visi dan misi dari PT. Afi Communication Advertising.

1. Visi PT. Afi Communication Advertising
“Komitmen terhadap solusi kualitas dan inovasi.”
2. Misi PT. Afi Communication Advertising
“Memberikan layanan terbaik dan berkualitas.”

2.1.3 Struktur Organisasi

Dalam suatu perusahaan atau organisasi diperlukan suatu struktur organisasi dan pembagian pekerjaan (*job description*) yang jelas agar semua kegiatan berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuannya. Struktur organisasi dapat dikatakan baik jika menggambarkan dengan jelas wewenang, tanggung jawab serta fungsi-fungsi dari setiap bagian yang ada di perusahaan tersebut. Adapun struktur organisasi dari PT. Afi Communication Advertising dapat dilihat pada gambar II.2.



Gambar II.2 - Struktur Organisasi PT. Afi Communication Advertising

2.2 Landasan Teori

Landasan teori yang akan digunakan dalam menyusun laporan tugas akhir dan pembangunan antara lain sebagai berikut :

2.2.1 Analisis

Menurut Komaruddin, pengertian analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen sehingga dapat mengenali tanda-tanda komponen tersebut, hubungannya satu sama lain dan fungsinya masing-masing dalam satu kesatuan yang utuh. Sedangkan menurut Harahap Dalah, pengertian analisis adalah memecahkan atau menguraikan suatu satuan ke dalam satuan terkecil. [6]

Sedangkan menurut Yuni, Edo dan Risnal, analisis adalah kegiatan berpikir untuk menggambarkan atau memecahkan suatu masalah dari unit ke unit terkecil. [6]

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian analisis adalah suatu proses atau kegiatan berpikir dimana kegiatan tersebut dilakukan untuk menguraikan atau memecahkan suatu masalah ke dalam satuan-satuan yang lebih kecil.

2.2.2 User Interface (UI)

Antarmuka pengguna atau disebut juga *User Interface* atau yang bahasa Indonesianya antarmuka pengguna adalah aspek pengguna dari sistem pencarian informasi, sehingga penting untuk melakukan proses pencarian informasi *user*

interface, selain itu dapat juga digunakan untuk membantu kebutuhan informasi. Antarmuka pengguna atau *user interface* (UI) merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan *website* atau aplikasi. [7]

Perlu ditekankan bahwa desain dan penyusunan tampilan antarmuka merupakan hal yang perlu diperhatikan agar menghasilkan tampilan yang menarik. Umumnya *user interface* diketahui memiliki dua komponen yaitu *input* dan *output*. *Input* merupakan bagaimana cara seseorang berkomunikasi tentang kebutuhan *internal* ke *website* atau aplikasi. Komponen *input* yang paling banyak digunakan ialah *keyboard*, *mouse*, *trackball*, dan suara seseorang. Sedangkan *output* merupakan kebalikan dari *input*. Komponen *output* pada umumnya seperti tampilan layar, dan diikuti oleh mekanisme lainnya dalam desain antarmuka yang belum dijelajahi. [7]

Ada teknik-teknik tertentu dalam *user interface* (UI) untuk meningkatkan kualitas sebuah *website*. Para pengguna juga mempelajari tentang cara untuk melakukan mengidentifikasi tujuannya dan berfokus pada desain untuk mencapai tujuan, dan menambahkan unsur yang tidak hanya dari kegunaan tersebut sangat berpengaruh pada situs *website*. Menurut Schlatter & Devinson, memberikan sebuah panduan untuk menyusun sebuah desain aplikasi yang mudah digunakan dengan membaginya ke dalam beberapa komponen yang berpengaruh sebagai berikut [7]

1. *Consistency* : konsistensi dari tampilan antarmuka pengguna.
2. *Hierarchy* : penyusunan hirarki kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat di dalam aplikasi,
3. *Personality* : kesan pertama yang terlihat pada aplikasi yang menunjukkan ciri khas dari aplikasi tersebut.
4. *Layout* : tata letak dari elemen-elemen di dalam sebuah aplikasi.
5. *Type* : tipografi yang digunakan di dalam sebuah aplikasi
6. *Color* : penggunaan warna yang tepat digunakan pada sebuah aplikasi.
7. *Imagery* : penggunaan gambar, *icon*, dan sejenisnya untuk menyampaikan sebuah informasi di dalam aplikasi.

8. *Control and Affordance* : elemen dari antarmuka pengguna yang dapat digunakan orang untuk berinteraksi dengan system melalui sebuah layer.

Menurut Ritter, prinsip-prinsip desain antarmuka pengguna antarlain sebagai berikut: [7]

1. *Functionality* : Fungsionalitas dari sebuah perangkat lunak dengan efektif, efisien dan memuaskan dalam mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi melayani banyak keperluan dan berbagai macam fungsi. Fungsi pada sistem tersebut dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan. Fungsionalitas yang kurang memadai mengecewakan pemakai dan sering ditolak atau tidak digunakan.
2. *Usability* : Sebuah sistem informasi harus mempunyai kegunaan pada tipe orang yang berbeda dan juga pada lingkungan yang berbeda. Kegunaan sebuah sistem informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, didalamnya adalah *user*, lingkungan dan jenis perangkat. Interaksi pengguna dengan sistem informasi dipengaruhi oleh karakteristik mereka. Beberapa persamaan karakter para pengguna tersebut adalah:
3. *Learnability* : Seberapa mudah sistem untuk dipelajari.
4. *Efficiency* : Seberapa efisien proses yang dilalui sistem untuk melakukan pekerjaan.
5. *Reliability* : Keandalan dalam sistem informasi berfungsi seperti yang diinginkan, tampilan akurat.
6. *Maintainability* : Kemampuan *software* untuk dimodifikasi (koreksi, adaptasi, perbaikan). Sejauh mana tingkat kebutuhan modifikasi sistem tersebut dapat dilakukan secara efektif dan efisien.
7. *Utility/Usefulness* : Fungsionalitas sistem berfungsi seperti yang diinginkan oleh pengguna sehingga memberikan kemampuan untuk menyelesaikan tujuan dari suatu pekerjaan/permainan,

2.2.3 *User Experience (UX)*

User experience adalah bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi atau menggunakan suatu produk. Pengalaman ini dapat dilihat dari

betapa mudahnya pengguna untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dari produk tersebut. [8]

Dengan kata lain, *user experience* produk yang bagus tidak akan menyulitkan pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Sebaliknya, *user experience* yang buruk membuat pengguna frustrasi karena kesulitan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Dan hal tersebut dapat memberikan efek buruk terhadap perusahaan. Efek efek buruk tersebut antara lain sebagai berikut : [8]

1. Pengguna akan meninggalkan produk

Orang menggunakan produk karena percaya bahwa produk tersebut akan memberikan apa yang mereka butuhkan dengan mudah. *User experience* yang buruk justru memberikan pengguna hal yang sebaliknya: kesulitan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan akan menyebabkan *customer* meninggalkan produk karena tidak mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah.

2. Merusak reputasi

Jika ada satu orang saja pengguna yang mendapatkan *user experience* yang buruk dengan produk, kemungkinan besar ia akan memberitahu orang lain khususnya keluarga atau teman terdekat. Hal yang lebih buruk jika pengguna tersebut memberitahu ke khalayak umum seperti media sosial atau *review* di Google. Hal tersebut tentunya akan merusak reputasi perusahaan.

3. Menghambur-hamburkan uang

Berdasarkan *Fresh Consulting*, memperbaiki *user experience* yang buruk setelah produk dirilis itu bisa berpotensi lebih mahal 100x daripada memiliki *user experience* yang bagus sejak awal. Ini tentu adalah jumlah yang sangat besar.

4. Bisnis merugi

Buruknya *user experience* membuat pengguna kesulitan membeli apa yang diinginkan. Entah karena *website*/aplikasi yang lambat, halaman pembayaran yang tak terbuka, barang yang tak ditampilkan, dan lain sebagainya. Akhirnya,

pengguna akan meninggalkan *website/aplikasi* Anda di tengah jalan sebelum mereka mendapatkan apa yang diinginkan.

2.2.4 Website

Website adalah kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. Informasi yang dapat dimuat dalam sebuah *website* umumnya berisi mengenai konten gambar, ilustrasi, video dan teks untuk berbagai macam kepentingan. [9]

Didalam sejarah menurut Tim Berners-Lee *website* memiliki tiga teknologi dasar web, antara lain : [9]

1. HTML (*Hypertext Markup Language*) yang merupakan bahasa *markup* atau format untuk halaman web.
2. URI (*Uniform Resource Identifier*) yang merupakan alamat unik untuk membuka halaman situs. Fungsinya adalah mengidentifikasi setiap sumber daya yang ada pada web. Saat ini sering disebut dengan URL (*Uniform Resource Locator*).
3. HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) yang merupakan suatu teknologi yang memungkinkan seseorang untuk mengambil kembali sumber daya yang terkoneksi dengan semua situs web.

Selain itu, *website* memiliki beberapa fungsi sesuai dengan target pemasaran maupun bisnis. Berikut ini merupakan fungsi yang dikategorikan sesuai tujuan bisnis, antara lain : [9]

1. Sarana informasi, dimana fungsi *website* adalah sebagai sarana untuk menyampaikan informasi terbaru dan menarik untuk dibaca oleh *customer* atau pelanggan. Contoh *website* sebagai sarana informasi adalah situs pencarian berita, *website company profile*, dan lain sebagainya. Dimana untuk jenis kontennya dapat berupa video, teks dan gambar.
2. Sebagai blog, dimana tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan trafik pengunjung. Serta, mengoptimalkan blog yang telah terpublikasi. Selain

itu juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan *brand* perusahaan agar mendatangkan *customer* yang lebih banyak lagi.

3. Sebagai sarana transaksi jual beli toko *online* (*e-commerce*) merupakan sebagai media untuk menampung proses transaksi jual beli *online* atau yang lebih sering disebut dengan *e-commerce*. Dengan menggunakan *website e-commerce*, perusahaan mampu mendatangkan lebih banyak konsumen untuk membeli produk barang atau jasa melalui *website* yang telah disediakan.

Website memiliki beberapa unsur unsur yang membangun *website* itu sendiri. Berikut ini beberapa informasi terkait dengan unsur pembentuk sebuah web, antara lain sebagai berikut : [9]

1. Domain, penggunaan domain yang menarik dapat membuat seseorang (calon *customer*) tertarik untuk masuk kedalam situs *website* yang dibuat.
2. *Hosting*, digunakan sebagai media penyimpanan atau *database*. Yang digunakan untuk menyimpan informasi berupa teks, gambar, ilustrasi, video dan script.
3. Konten

Website memiliki beberapa jenis *website* berdasarkan dari pengembangannya, antara lain sebagai berikut : [9]

1. *Website* statis, yaitu *website* yang memiliki tampilan tetap dan tidak mengalami banyak perubahan. Biasanya perubahannya sendiri hanya terletak pada tampilan desain halaman web saja, terkait konten tidak mengalami perubahan yang besar. Contohnya yaitu *website* yang menampilkan profil perusahaan atau organisasi.
2. *Website* dinamis, yaitu *website* yang mengalami perubahan secara terus menerus sesuai dengan kebutuhan dan relevansi dari bisnis dan perkembangan zaman. *Website* dinamis memiliki tampilan yang lebih interaktif, menyediakan fitur kolom komentar dan *chatting*. Contoh dari situs web ini adalah blog, situs berita online, *e-commerce*, sistem informasi, dan lain sebagainya.

3. *Website* interaktif, yaitu *website* yang dirancang untuk dapat saling berinteraksi diantara penggunanya. Jenis situs ini biasanya tergolong ke dalam platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan platform sosial media yang lain.

2.2.5 Prototype

Model prototyping adalah suatu teknik untuk mengumpulkan informasi spesifik tentang kebutuhan informasi pengguna secara cepat. [10]

Prototyping merupakan metode pengembangan perangkat lunak, yang berupa model fisik kerja sistem dan berfungsi sebagai versi awal dari sistem. Dengan metode *prototyping* ini akan dihasilkan *prototype* sistem sebagai perantara pengembang dan pengguna agar dapat berinteraksi dalam proses kegiatan pengembangan sistem informasi. Agar proses pembuatan *prototype* ini berhasil dengan baik adalah dengan mendefinisikan kebutuhan awal. *Prototype* akan dihilangkan atau ditambahkan pada bagiannya sehingga sesuai dengan perencanaan dan analisis yang dilakukan oleh pengembang sampai dengan ujicoba dilakukan secara simultan seiring dengan proses pengembangan. [11]

Ada 4 metodologi *prototyping* yang paling utama, yaitu : [11]

1. *Illustrative*, menghasilkan contoh laporan dan tampilan layar.
2. *Simulated*, mensimulasikan beberapa alur kerja sistem tetapi tidak menggunakan data *real*.
3. *Functional*, mensimulasikan beberapa alur sistem yang sebenarnya dan menggunakan data *real*.
4. *Evolutionary*, menghasilkan model yang menjadi bagian dari operasional sistem.

Dibuatnya sebuah *prototyping* bagi pengembang sistem bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari pengguna sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan model *prototype* yang dikembangkan, sebab *prototype* menggambarkan versi awal dari sistem untuk kelanjutan sistem sesungguhnya yang lebih besar. Manfaat lain dari penggunaan *prototyping* adalah : [11]

1. Mewujudkan sistem sesungguhnya dalam sebuah replika sistem yang akan berjalan, menampung masukan dari pengguna untuk kesempurnaan sistem.
2. Pengguna akan lebih siap menerima setiap perubahan sistem yang berkembang sesuai dengan berjalannya *prototype* sampai dengan hasil akhir pengembangan yang akan berjalan nantinya.
3. *Prototype* dapat ditambah maupun dikurangi sesuai dengan berjalannya proses pengembangan. Kemajuan tahap demi tahap dapat diikuti langsung oleh pengguna.
4. Penghematan sumberdaya dan waktu dalam menghasilkan produk yang lebih baik dan tepat guna bagi pengguna.

2.2.6 Figma

Figma adalah editor grafis *vector* dan alat *prototyping* dengan berbasis web serta fitur *offline* tambahan yang diaktifkan oleh aplikasi *desktop* untuk Mac OS dan Windows. Aplikasi pendamping Figma *Mirror* untuk Android dan iOS memungkinkan untuk melihat *prototype* Figma pada perangkat seluler. Rangkaian fitur Figma berfokus pada penggunaan dalam antarmuka pengguna dan desain pengalaman pengguna dan penekanan pada kolaborasi waktu nyata (*real-time*). [12]

Sederhananya, Figma adalah desain digital dan alat *prototyping*. Ini adalah aplikasi desain UI dan UX yang dapat digunakan untuk membuat situs web, aplikasi, atau komponen antarmuka pengguna yang lebih kecil yang dapat diintegrasikan ke dalam proyek lain. Dengan alat berbasis vektor yang hidup di *cloud*, Figma memungkinkan para penggunanya untuk bekerja di mana saja dari browser. Cara ini termasuk alat *zippy* yang dibuat untuk desain, pembuatan *prototipe*, kolaborasi, dan sistem desain organisasi. [12]

Figma memiliki banyak fitur, fitur utama dalam Figma antara lain sebagai berikut : [12]

1. Alat pena *modern* yang memungkinkan Anda menggambar ke segala arah dan desain busur instan
2. Fitur font *Open Type*

3. Tugas otomatis melalui plugin untuk elemen berulang untuk mempercepat proyek
4. Alat seleksi cerdas dengan penyesuaian otomatis untuk pengaturan jarak, pengaturan, dan pengorganisasian
5. Metode dan cara fleksibel yang menghemat hak untuk proyek
6. Kemampuan membuat sistem dan komponen desain
7. Perpustakaan dan cara *drag and drop* yang dapat diakses
8. Kemampuan untuk mewedahi banyak audien tanpa batas pada suatu proyek sehingga seluruh pembagian *progress* kerja tim
9. Kemampuan memeriksa *file* desain dan *grab code snippets*
10. Fitur ekspor mudah yang memiliki tautan langsung (bukan hanya format PDF datar)
11. Desain interaksi dan *prototipe* yang dioptimalkan untuk seluler
12. Animasi cerdas untuk menghubungkan objek dan transisi
13. Komentar tersemat (*embedded comment*)
14. Kemampuan untuk mengedit bersama dengan tim secara waktu nyata (*real-time*) di ruang desain bersama
15. Riwayat versi yang memungkinkan untuk mengetahui segala sesuatu atau *progress* yang telah berubah dan siapa saja yang melakukannya
16. Buat sistem desain dengan aset yang dapat dicari, gaya dan desain yang dapat dibagikan dan semuanya dalam satu lokasi
17. Kemampuan membuat komponen yang dapat digunakan kembali dengan kemampuan untuk menyimpannya jika diperlukan
18. Satu platform untuk segalanya, mulai dari desain hingga *prototipe*

2.2.7 Task Centered System Design

Task Centered System Design merupakan metode dalam *Human Computer Interaction* (HCI) yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan *user* dan kebutuhan *task*. Prinsip utama dari desain yang berpusat pada pengguna adalah menempatkan pengguna di pusat aktivitas desain: tugas pengguna, partisipasi pengguna, dan evaluasi pengguna meringkas esensi pendekatan. Jika

dibandingkan dengan metode *Double Diamond* (DD) dan *Human Centered Design* (HCD), metode *Double Diamond* menitikberatkan pada analisis masalah sebagai landasan untuk membuat solusi. Sedangkan *Human Centered Design* mengorientasikan kepada manusia secara keseluruhan bukan berfokus kepada calon *user*. Sehingga *Task Centered System Design* berproses dimana perencanaan, perancangan, dan pengembangan produk terfokus pada pengguna akan diterapkan dalam proses pembuatan *prototype* dengan harapan dapat meningkatkan optimasi *usability*. [13]

Menurut Greenberg, hasil identifikasi digunakan sebagai dasar *user interface* yang didukung dengan observasi serta wawancara langsung pada *user*. *Task Centered System Design* adalah proses dimana desainer : [13]

1. Diartikulasi menjadi suatu deskripsi konkrit dalam bentuk dunia nyata seperti mengerjakan setiap tugas mereka dalam kehidupan sehari-hari.
2. Menggunakan deskripsi untuk menentukan *user* dan *task* bilamana yang seharusnya didukung oleh sistem.
3. Suatu *prototipe* dari sebuah *interface* yang memenuhi kebutuhan sistem.
4. Melakukan evaluasi *interface* dengan melakukan sebuah *task-centered walkthrough*.

Menurut Greenberg, metode *Task Centered System Design* meliputi 4 tahap, yaitu *identification*, *User-Centered Requirements Analysis*, *design as scenario*, dan *walkthrough evaluate*. [13]

1. Identifikasi (*Identification*)

Pada tahap pertama tugas berpusat pada pengidentifikasi masalah dari pengguna dari sistem dan mengartikulasikan tugas-tugas yang realistis contoh yang akan mereka lakukan. Tujuan adalah untuk menghasilkan gambaran pengidentifikasian masalah pengguna dan tugas yang memberikan cakupan yang realistis akan menggunakan sistem untuk melakukan jenis tugas apa.

2. *User-Centered Requirements Analysis*

Tahap berikutnya dalam *task centered system design* adalah menganalisis permasalahan yang ada serta untuk memutuskan apakah hasil dari

analisis akan disertakan atau dikecualikan dari desain. Daftar ini akan menjadi user-dasar berpusat analisis persyaratan desain sistem yang akan dibuat.

3. Desain melalui Skenario (*Design as Scenario*)

Tahap yang menentukan desain sistem proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru dan mengembangkan desain untuk menyesuaikan pengguna dan tugas tertentu.

4. *Walkthrough Evaluate*

Pada tahap ini melakukan evaluasi akhir terhadap prototyping yang sudah terbuat. Pengujian dilakukan dengan melihat langkah demi langkah bagaimana pengguna berinteraksi kepada task pada perancangan *user interface*.

2.2.8 *Heuristic Evaluation*

Menurut Sudarmawan, *Heuristic* merupakan *guideline*, prinsip umum dan peraturan, serta pengalaman yang bisa membantu suatu keputusan atau kritik atas suatu keputusan dan beberapa penilaian yang telah diambil terhadap suatu desain supaya dapat memajukan potensi usability. [14]

Menurut Jakob Nielsen, sepuluh aspek yang dinilai dalam metode *heuristics evaluations* dapat dilihat pada tabel II, berikut.

Tabel II.1 - Sepuluh Aspek *Heuristic*

No	Komponen Penilaian	Deskripsi
1	<i>Visibility of System Status</i>	Memberi tahu pengguna situasi yang sedang terjadi dan dimana pengguna berada
2	<i>Match between system and the real world</i>	Keunikan dan kejelasan ikon perintah, opsi menu, judul menu dan tata bahasa dan gaya yang konsisten yang dimengerti <i>user</i>
3	<i>User Control and Freedom</i>	Terdapat dialog konfirmasi ketika akan melakukan perintah yang tidak bisa dibatalkan, fitur membatalkan setiap tindakan.
4	<i>Consistency and Standard</i>	Konsistensi antar muka pada sistem, ikon, bahasa dan istilah pada <i>website</i> .
5	<i>Error Prevention</i>	Pertanyaan tentang perbedaan pilihan menu antara yang aktif dan tidak aktif, penempatan tombol menu yang konsisten, dan peletakan elemen grafis yang muncul ketika dibutuhkan.
6	<i>Recognition Rather than Recall</i>	Komponen yang dibuat mudah, seperti pintasan ketika akan menjalankan perintah dan kemudahan mengakses informasi yang diinginkan.
7	<i>Flexibility and Efficiency of Use</i>	Berisi pertanyaan tentang notifikasi / dialog ketika akan membuat kesalahan yang serius, dan efisien serta fleksibel
8	<i>Aesthetic and Minimalist Design</i>	Kejelasan informasi sebuah perintah, ikon yang

		mewakili perintah saling terkait, layar entri data dan judul yang sederhana pendek dan jelas, dengan bahasa yang jelas
9	<i>Help user Recognize, Diagnose and Recover from Errors</i>	Berisi pertanyaan tentang ketersediaan informasi ketika terjadi kesalahan, dengan bahasa yang mudah dimengerti, jelas dan ringkas, serta menyarankan jalan keluar dari kesalahan atau masalah tersebut.
10	<i>Help and Documentation</i>	Keakuratan bantuan dan dokumentasi, lokasi terorganisir, dokumentasi memungkinkan pengguna untuk memahami dan dapat melanjutkan langkah perintahnya dengan benar.

2.2.9 Skala Likert

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai *variable* penelitian. [15]

Dengan skala *likert*, maka *variable* yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian *indicator* tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. [15]

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa kata kata antara lain : [15]

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sangat setuju | 1. Setuju |
| 2. Setuju | 2. Sering |
| 3. Ragu-ragu | 3. Kadang-kadang |
| 4. Tidak setuju | 4. Hampir tidak pernah |
| 5. Sangat tidak setuju | 5. Tidak pernah |

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. Sangat positif | 1. Baik sekali |
| 2. Positif | 2. Cukup baik |
| 3. Netral | 3. Kurang baik |
| 4. Negatif | 4. Sangat tidak baik |
| 5. Sangat Negatif | |

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya : [15]

1. Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif diberi skor 5
2. Setuju/Sering/Positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/Kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/Hampir tidak pernah/Negatif diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/Tidak pernah/Sangat negatif diberi skor 1

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. [15]

1. Contoh Bentuk *Checklist*

Berilah jawaban pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia. [15]

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Prosedur kerja yang baru itu akan segera diterapkan di perusahaan anda		✓			
2					

Keterangan :

- SS : Sangat setuju
- ST : Setuju
- RG : Ragu-ragu
- TS : Tidak setuju
- STS : Sangat tidak setuju

Bila :

- SS diberi skor = 5
- ST diberi skor = 4
- RG diberi skor = 3
- TS diberi skor = 2
- STS diberi skor = 1

Kemudian Teknik pengumpulan data angket, maka instrument tersebut diberikan kepada 100 orang karyawan yang diambil secara random. Dari 100 pegawai setelah dilakukan analisis, misalnya : [15]

- 25 orang menjawab SS
- 40 orang menjawab ST
- 5 orang menjawab RG
- 20 orang menjawab TS
- 10 orang menjawab STS

Berdasarkan data tersebut 65 orang atau 65% karyawan menjawab setuju dan sangat setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas karyawan setuju dengan adanya metode kerja baru. [15]

Data tersebut juga dapat dianalisis berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang telah ditetapkan maka, [15]

Jumlah skor untuk 25 orang yang menjawab SS	= 25 x 5	= 125
Jumlah skor untuk 40 orang yang menjawab ST	= 40 x 4	= 160
Jumlah skor untuk 5 orang yang menjawab RG	= 5 x 3	= 15
Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab TS	= 20 x 2	= 40
Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab STS	= 10 x 1	= 10

±

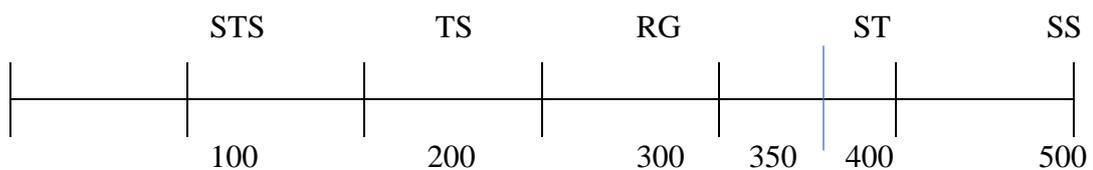
= 350

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item = 5 x 100 = 500 (SS)
(Skor Tertinggi).

Jumlah skor rendah = 1 x 100 = 100
(STS)

Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap metode kerja baru itu = $(350 : 500) \times 100\% = 70\%$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden maka data 350 terletak pada daerah setuju. [15]

Bila berdasarkan pada kelompok responden, maka dapat diketahui bahwa:

1. 25 persen menyatakan sangat setuju ($25/100=25\%$)
 2. 40 persen menyatakan setuju ($40/100=40\%$)
 3. 5 persen menyatakan ragu-ragu/netral ($5/100=5\%$)
 4. 20 persen menyatakan tidak setuju ($20/100=20\%$)
 5. 10 persen menyatakan sangat tidak setuju ($10/100=10\%$)
2. Contoh Bentuk Pilihan Ganda

Berilah salah satu jawaban terhadap pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda lingkaran pada nomor yang tersedia.

[13]

1. Prosedur kerja yang baru itu akan segera diterapkan di lembaga anda?
 - a) Sangat tidak setuju
 - b) Tidak setuju
 - c) Ragu-ragu/netral
 - d) Setuju
 - e) Sangat Setuju

Dengan bentuk pilihan ganda itu, maka jawaban anda diletakkan pada tempat yang berbeda-beda. Untuk jawaban di atas “sangat tidak setuju” diletakkan pada jawaban nomor pertama. Untuk item selanjutnya jawaban “sangat tidak setuju” dapat diletakkan pada jawaban nomor terakhir. [15]

Dalam penyusunan instrumen untuk variabel tertentu, sebaiknya butir butir pertanyaan dibuat dalam bentuk kalimat positif, netral atau negatif, sehingga responden dapat menjawab dengan serius dan konsisten. Contoh. [15]

1. Saya mencintai mobil diesel karena hemat bahan bakar (Positif)
2. Mobil diesel banyak diproduksi di Jepang (Netral)
3. Mobil diesel sulit dihidupkan di tempat dingin (Negatif)

Dengan cara demikian maka kecenderungan responden untuk menjawab pada kolom tertentu dari bentuk checklist dapat dikurangi dengan model ini juga responden akan selalu membaca pertanyaan setiap item instrumen dan juga jawabannya. Pada bentuk *checklist*, sering jawaban tidak dibaca, karena letak jawaban sudah menentu. Tetapi dengan bentuk *checklist*, maka akan didapat

keuntungan dalam hal ini singkat dalam pembuatannya, hemat kertas, mudah mentabulasikan data, dan secara visual lebih menarik. Data yang diperoleh dari skala tersebut adalah berupa data *interval*. [15]

2.2.10 *Experience Map*

Experience Map adalah alat strategis untuk menangkap dan membawa pengetahuan penting ke dalam suatu interaksi experience kompleks yang terjadi di seluruh pengalaman produk, layanan, atau ekosistem. Inti dari *experience map* adalah model perjalanan pengalaman khas yang dibuat dari kombinasi semua pengalaman dari titik A ke titik B ketika mereka mencoba untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan. Kegiatan pemetaan untuk mengidentifikasi dan memberikan informasi kepada seluruh tim dan pemangku kepentingan. Pemetaan juga dibuat sebagai artefak yang memungkinkan desainer untuk membuat dan mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik. Singkatnya, *experience map* adalah perjalanan yang dapat melibatkan dan mempengaruhi keseluruhan produk. Proses pembuatan *experience map* memiliki lima tahap, di antaranya sebagai berikut. [16]

1. Membuat Lensa Perjalanan

Lensa perjalanan adalah filter utama untuk menentukan perjalanan pengguna saat menggunakan produk. Jika Anda memiliki banyak pengguna yang berbeda dan memiliki perbedaan yang sangat signifikan maka lensa kemungkinan akan menjadi ringkasan persona yang akan membuat beberapa peta untuk setiap persona. Esensi dari pengalaman (peluang dan pain point) akan sama karena berfokus pada titik inti perhatian yang berlaku untuk setiap persona, dalam hal ini lensa dapat berupa beberapa prinsip menyeluruh, seperti prinsip desain atau proposisi nilai. [16]

2. Membuat *Journey Model*

Journey model adalah penggambaran model atau prosedur yang akan dilalui oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk yang dibuat. Dalam pembuatan *journey model* juga haruslah mengilustrasikan keterhubungan antara

satu tahapan ke tahapan selanjutnya atau berganti ke tahap selanjutnya. Berikut adalah contoh penggambaran *journey model* pada *experience map*. [16]

3. Membuat *Qualitative Insight*

Qualitative Insight adalah menuliskan bagaimana *user* berinteraksi dengan produk yang dibuat dan bagaimana *user* dapat memulai perjalanannya pada perjalanan model sebelumnya. Penilaian berupa perasaan yang dirasakan oleh *user* saat menggunakan produk dan bagaimana tanggapannya terhadap produk tersebut. [16]

4. Membuat *Quantitative Information*

Quantitative Information adalah menuliskan bagaimana *user* berinteraksi dengan produk yang dibuat dan bagaimana *user* dapat memulai perjalanannya pada perjalanan model sebelumnya. Penilaian berupa grafik mini yang menggambarkan seberapa besar persentase kepuasan *user* terhadap pengalamannya menggunakan produk. [16]

5. *Takeaways*

Experience Map dimaksudkan untuk menjadi bahan acuan dan bukan kesimpulan, *takeaways* akan membantu desain atau fase strategi berikutnya dengan menjelaskan alur produk, dan membantu mengidentifikasi peluang, *pain point*, dan tindakan yang direkomendasikan. [16]