

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Urgent.id

Urgent.id adalah platform pemesanan layanan perbaikan handphone dan laptop, serta barang elektronik lainnya. Ada delapan jenis barang elektronik yang bisa diperbaiki melalui Urgent.id, yaitu smartphone, iPhone, HP Android, laptop, charger laptop, charger Apple, komputer/pc, hingga hardisk..

Berkantor pusat di Mini Mall Bandung, Urgent.id sejauh ini telah memperoleh 279 konsumen yang telah mengaksesnya melalui Playstore atau langsung di website. Dengan moto 'cepat menolong, *platform* ini memberikan tiga jaminan kepada konsumennya

2.1.1 Sejarah Urgent.id

Pada Oktober 2014 Berkantor pusat di Mini Mall Bandung, Urgent.id sejauh ini telah menerima 279 konsumen yang mengaksesnya melalui *Playstore* atau langsung melalui website. Dengan motto 'cepat menolong', platform ini memberikan 3 jaminan kepada konsumennya. Pada september 2016 telah mempunyai tempat usaha di Cafe FJB, Jl. Dipatiukur No. 96 Lantai 2 Bandung. Pada november 2015 berpartner dengan salah satu pengusaha service perbaikan laptop (Bang Gerhard). Pada maret 2016 sukses mendirikan usaha baru dengan nama *Mini Mall Service* untuk melayani servis laptop. Waktu itu, setelah sebelumnya Bang Gerhard hanya berpartner saja, sekarang Alhamdulillah resmi bergabung.

2.1.2 Logo Urgent.id

Logo Urgent.id ditampilkan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo Urgent.id

Makna dari logo Urgent.id yaitu.

1. Tangan menandakan layanan jasa khususnya servis elektronik mengandalkan keterampilan teknisi dalam memperbaiki barang elektronik dilambangkan dengan tangan kanan.
2. Garis tiga di sisi kiri menandakan tercepat.
3. Tangan mengepal dan jempol ke atas menandakan layanan yang baik, bergaransi.

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka adalah apa yang dilakukan untuk menjelaskan hal-hal apa saja yang digunakan dalam penelitian ini, untuk membantu pembaca memahami hal-hal yang belum mereka ketahui.

2.2.1 Desain Interaksi

Desain interaksi merupakan jembatan untuk penggunaanya berinteraksi dengan suatu produk. Atau dapat diartikan juga yaitu cara membuat pengalaman pengguna untuk meningkatkan dan menyempurnakan cara orang bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi. Menurut ahli lainnya, Terry Winograd “merancangan ruang untuk komunikasi dan interaksi manusia”. Adapun J Thackara, yang mengerti "mengapa dan serta bagaimana kita berinteraksi dengan komputer setiap hari". Lalu ada Saffer menekankan pada aspek artistik "seni yang

memfasilitasi interaksi antara orang-orang melalui produk dan jasa”. Dilihat dari aspek yang dirancang, beberapa istilah berguna untuk menonjolkan aspek tersebut, antara lain desain antarmuka pengguna, desain perangkat lunak, desain produk, desain web [4].

2.2.2 User Interface

User Interface berasal dari bidang studi *Human Computer Interaction (HCI)*. *Human Computer Interaction* adalah studi mengenai bagaimana manusia & personal komputer bekerja serta sampai kebutuhan seseorang terpenuhi menggunakan cara yg sangat efektif. *HCI Designer* krusial untuk mempertimbangkan aneka macam faktor yaitu diantaranya, apa yang diinginkan dan diharapkan orang, keterbatasan fisik dan kemampuan apa yang mereka miliki, bagaimana sistem pemrosesan informasi bekerja dan persepsi mereka, dan apa yang mereka anggap menyenangkan dan menarik. Karakteristik teknis dan keterbatasan perangkat keras & perangkat lunak komputer pribadi tentu harus dipertimbangkan. HCI merupakan ilmu normatif yang dimaksudkan untuk meningkatkan kegunaan. Tiga kaidah yang sering digunakan adalah estetika, etika dan logika. Secara garis besar, estetika adalah tentang antarmuka persuasif dan interaksi emosional, etika adalah tentang menciptakan pengalaman pengguna yang baik, logika metode HCI adalah tentang kasus-kasus ilmu komputer terbaru. HCI telah berkonsentrasi dalam kasus profesional serta dampak fungsi, kepemilikan, keamanan, kebebasan, aksesibilitas, komunikasi dan kontrol. *User interface* merupakan bagian dari komputer yang dapat ditinjau serta didengar, disentuh, diajak bicara, dan dipahami atau diarahkan oleh orang lain.

Ada juga prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam pengembangan desain antarmuka, berdasarkan jurnal “Analisis User Interface Media Pembelajaran Pengenalan Kosakata Untuk Anak Tunarungu” yang ditulis oleh Jelita Ardhiyani dan Adam Mukharil Bachtiar bahwa ada 17 prinsip generik 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*)
- 15 Perlindungan (*Protection*)
- 16 Mudah dipelajari (*Easy of Learning*)
- 17 Mudah digunakan (*Easy of Use*)

User interface bisa diartikan sebagai bagian dari komputer atau perangkat lunak sebagai fasilitas interaksi antara pengguna dan sistem [5].

2.2.3 *User Experience*

User Experience (UX) adalah tindakan yang mengacu dalam bagaimana menciptakan produk berperilaku dan bagaimana dapat dipakai oleh manusia. J Garrett berpendapat bahwa “setiap produk yang digunakan seseorang dijamin memiliki *user experience (UX)* misalnya koran, botol saus, kursi, sweater. terutama tentang bagaimana seseorang bisa mendapatkan perasaan senang dan puas saat menggunakan, melihat, memegang, dan membuka dan menutup item[4]. Dari pengertian ISO 9241-210, *User experience* merupakan pengalaman seseorang dan juga tanggapan terhadap penggunaan suatu produk, sistem, atau layanan [6]. *User*

experience dapat dapat menilai kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap suatu produk, sistem dan layanan. J Nielsen berpendapat bahwa, *User experience* mencakup semua aspek hubungan antara pengguna dan perusahaan, layanan, & produk yang dicakup berdasarkan pengalaman pengguna[7]. Pernyataan yang telah dijabarkan didapat kesimpulan yaitu hal-hal yang dirasakan oleh seseorang tentang penggunaan suatu produk yang menilai tingkat kemudahan dan kenyamanan fungsionalitas yang disajikan oleh perangkat lunak adalah pemahaman tentang *user experience*.

2.2.4 Usability Testing

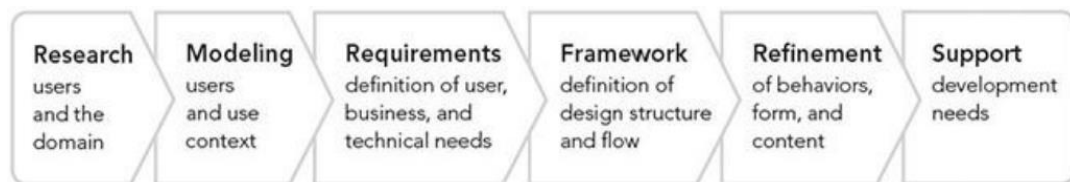
Usability testing merupakan suatu penilaian berdasarkan penggunaan sebuah produk oleh pengguna dalam hal *efektivitas, efisiensi, dan kepuasan*. Kegunaan (*usability*) adalah bagian penting dari interaksi manusia dengan komputer (*HCI*). *Usability* yang baik merupakan indikator yang menjelaskan bahwa sistem mudah digunakan oleh pengguna, tidak menimbulkan kekhawatiran, dan mudah dipelajari pengguna, cara mengetahui kondisi produk saat ini menggunakan metode evaluasi pada produk menggunakan *usability testing*, *usability testing* adalah teknik yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk tujuan tertentu secara efektif, efisien dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu. Menurut buku “*The Guide To Usability Testing dari UX Pin*”, Ada langkah-langkah untuk dapat melakukan *usability testing*, yaitu:

- a. Menentukan Tujuan
Pada tahap ini *usability testing* bertujuan untuk mengetahui tujuan dari produk dengan melakukan wawancara kepada pengguna dengan pertanyaan yang dapat mengetahui tujuannya yaitu informasi produk yang relevan.
- b. Menentukan Target
Pada tahap ini dilakukan penentuan target dari pengguna. Pengguna itu sendiri dipilih sesuai dengan produk yang ingin diuji.
- c. Moderated Test
Pada tahap ini menempatkan tugas menjalankan website & alat perekam akan digunakan untuk merekam semua aktivitas yang dilakukan, misalnya

aplikasi perekam layar. Skor keberhasilan akan diberikan untuk setiap tugas yang dilakukan, jika pengguna berhasil menjalankan tugas tanpa hambatan & dalam waktu yang tidak terlalu lama, maka pengguna akan diberikan skor 1 atau berhasil, tetapi akan diberikan skor nilai 0 atau tidak berhasil jika pengguna mengalami banyak kesalahan & hambatan. Untuk menanyakan bagaimana perasaan pengguna maka dilakukan wawancara[8].

2.2.5 GDD (*Goal Directed Design*)

Goal Directed Design yaitu metode yang digunakan untuk merancang antarmuka aplikasi yang berfokus pada tujuan pengguna agar pengguna dapat merasa puas dan senang dengan desain yang telah dibuat. Metode desain yang diarahkan pada tujuan memberikan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan & tujuan berdasarkan pengguna. Proses pada metode ini dibagi menjadi 6 tahap yaitu *Research*, *Modeling*, *Requirement Definition*, *Framework Definition*, *Refinement*, dan *Support*[9] yang akan ditunjukkan pada Gambar 2.2 dibawah ini.



Gambar 2.2 Proses Goal Directed Design

Penjelasan mengenai tahapan proses metode *Goal Directed Design* sebagai berikut.

1. *Research*

Tahap penelitian ini memakai teknik etnografi (observasi, wawancara, kuesioner atau teknik pengumpulan data lainnya) yang bertujuan untuk menghasilkan data kualitatif tentang calon pengguna yang sebenarnya berdasarkan suatu produk. Salah satu hasil utama dari tahap ini adalah munculnya serangkaian pola perilaku. Pola ini akan menggambarkan tujuan & motivasi pengguna untuk menghasilkan persona pengguna yang sesuai dengan sistem yang akan dibangun. Pola perilaku dan tujuan ini dapat digunakan untuk menciptakan persona pada tahap selanjutnya.

2. *Modelling*

Pada tahap modelling ini, pola yang telah dihasilkan dari tahap penelitian digunakan untuk memodelkan pengguna. Persona akan menggambarkan perilaku (*behavior*), sikap (*attitude*), tujuan (*goals*) & motivasi pengguna yang diamati dan diidentifikasi selama fase penelitian. Semua aspek persona dimaksudkan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pengguna.

3. *Requirement Definition*

Pada tahap ini menggunakan metode perancangan berbasis skenario yang akan menggambarkan alur tugas secara lebih jelas berdasarkan tujuan dari persona yang sudah dihasilkan pada tahap pemodelan. Tujuan pengguna berfungsi sebagai filter untuk tugas & subtugas dan berfungsi sebagai pedoman untuk membuat skenario. Tahap ini juga menggambarkan kemampuan informasi dan persona yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan pengguna. Keluaran dari tahap ini adalah requirement definition yang bisa menyeimbangkan kebutuhan bisnis, pengguna & teknis sesuai dengan desain yang dibutuhkan.

4. *Framework Definition*

Pada tahap ini meniptakan konsep produk dengan cara menyeluruh, menentukan kerangka dasar (*wireframe*) untuk perilaku produk, dan desain visual. Fase ini akan menentukan kerangka interaksi, konsep desain yang stabil dan membuktikan struktur formal & logis untuk detail lebih lanjut.

5. *Refinement*

Tahap ini hampir sama dengan tahap di *Framework Definition*, namun menggunakan peningkatan fokus dan implementasi yang lebih detail. Tahap ini lebih serius dalam mengembangkan detail desain di setiap komponen atau elemen di antarmuka pengguna, misalnya memilih ikon, warna, gaya visual dan juga elemen visual lainnya yang selaras dengan tujuan dan pengalaman pengguna. Keluaran dari tahap ini adalah dokumentasi desain: spesifikasi bentuk dan perilaku yang ada disajikan dalam bentuk laporan atau presentasi.

6. *Support*

Pada tahap ini merupakan tahap implementasi desain yang diperoleh pada tahap sebelumnya yaitu *refinement*. Pada tahap ini, desain antarmuka yang telah dibuat pada tahap sebelumnya diimplementasikan ke dalam model aplikasi *prototype*. [1]

2.2.6 **Persona**

Persona adalah pola hipotesis dasar yang dikumpulkan dari pengguna berdasarkan konsep HCI [10]. Persona fokus untuk mencari informasi dari representasi pengguna yang menjelaskan tujuan, keterampilan, dan minat pengguna pada lingkungan sistem yang dikembangkan [11].

User persona adalah dokumen yang sangat penting yang perlu dibuat untuk analisis pengguna. User persona adalah dasar dari dokumen pengguna yang memperdalam dan memperluas pemahaman kepribadian mereka. Persona membuat data lebih mudah dipahami dengan menyediakannya nama dan wajah, bukan angka dan kata tanpa konteks. Desainer menggunakan persona di setiap langkah proses dan setiap pertanyaan dalam suatu perancangan desain. User Persona yang baik dapat berisi beberapa data seperti dibawah ini [12]:

- a. *Photo & Name*
- b. *Demographics*
- c. *Personality*
- d. *Technological Expertise*
- e. *Platforms*
- f. *Goals (Motivations)*
- g. *Personal Quotes/Mottos*

Setelah mendapatkan persona pengguna, selanjutnya adalah mengelompokkannya ke beberapa kelompok, yaitu: *primary*, *secondary*, *supplemental*, *customer*, *served*, dan *negative* [13].

- a. *Primary Persona*, adalah tujuan utama dari perancangan desain antarmuka. Sebuah produk hanya dapat memiliki satu *primary persona* tiap antarmuka,

akan tetapi beberapa produk mungkin memiliki banyak antarmuka yang berbeda, dan masing masing untuk *primary persona* yang berbeda.

- b. *Secondary Persona*, adalah persona yang puas dengan semua kebutuhan antarmuka. Untuk *secondary persona* tidak disarankan untuk atau lebih, karena ini akan memperluas ruang lingkup dan tidak akan fokus pada tujuan produk.
- c. *Supplemental Persona*, adalah suatu persona yang bukan termasuk dalam *primary persona* dan *secondary persona*. Kombinasi dari *primary persona* dan *secondary persona* sudah mewakili kebutuhan dari persona ini.
- d. *Customer Persona*, adalah persona yang berfokus kepada pelanggan produk.
- e. *Served Persona*, adalah persona yang tidak menggunakan produk, tetapi mereka secara langsung dipengaruhi oleh orang-orang yang menggunakan produk tersebut.
- f. *Negative Persona*, adalah persona yang harus dihindari, persona ini adalah persona kebalikan dari *primary persona*.

2.2.7 Storyboard

Storyboard adalah alat yang baik untuk menghasilkan ide. Dalam desain UX, *Storyboard* membentuk *user journey* dan *persona*. *Storyboard* juga membantu desainer menghubungkan *persona*, *user stories*, dan beberapa penelitian untuk dapat mengembangkan *requirements* suatu produk. Kombinasi dari gambar dan kata dapat memperjelas suatu ide yang kompleks.

Storyboard juga berguna untuk mengkomunikasikan keputusan desain saat prototype dibangun oleh banyak orang dalam waktu yang sedikit. Jika seluruh orang yang terlibat dalam perancangan produk sudah mempunyai pemahaman yang sama dan kuat tentang bagaimana produk harus dirancang dan menyepakati arah desain dan pengembangan, maka *storyboard* tidak lagi dibutuhkan.

Storyboard harus memiliki beberapa elemen yaitu:

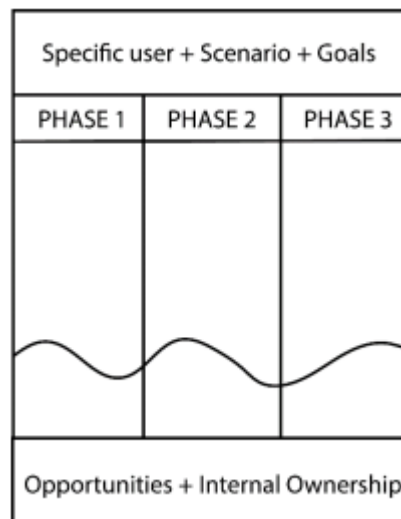
- a. *Character*, merupakan persona yang terlibat dalam cerita. Perlakuan, ekspektasi, perasaan, dan keputusan karakter membuat *journey* penting. Hal

penting dalam penggambaran pengalaman karakter yang sukses adalah dengan mengungkapkan apa yang terjadi dalam pikiran karakter.

- b. *Scene*, merupakan lingkungan yang dihuni oleh karakter (harus sesuai dengan dunia nyata termasuk tempat dan orang sekitarnya).
- c. *Plot*, *Plot* harus dimulai dengan kejadian tertentu (pemicu) dan berakhir dengan keuntungan dari solusi (jika ada solusi yang diajukan) atau masalah yang ada dari karakter (jika anda menggunakan storyboard untuk menyorot suatu masalah yang dialami pengguna).
- d. *Narrative*, *Narrative* harus berfokus kepada tujuan yang ingin dicapai oleh karakter. Designer sering langsung menjelaskan detail dari desain mereka sebelum menjelaskan latar belakang. Hal ini harus dihindari. Cerita anda harus berstruktur dan mempunyai awal, tengah, dan akhir[14].

2.2.8 Journey Map

Journey map merupakan bentuk visualisasi pengalaman dari pengguna ketika berinteraksi dengan suatu produk. Beberapa contoh yang dapat menggambarkan *journey map* yaitu seperti memikirkan tentang bagaimana orang dapat mengetahui suatu produk, memikirkan bagaimana mereka menginstall aplikasi, lalu memikirkan bagaimana orang menggunakan aplikasi setelah diinstal. *Journey map* juga menceritakan sebuah perasaan pengguna, aksi pengguna, persepsi pengguna, dan apapun yang dipikirkan oleh pengguna baik positif ataupun negatif. *Journey map* memiliki beberapa komponen utama yang ada diantaranya yaitu *phase*, *goals*, *mindset*, *emotion*, *insight*, dan *opportunities*[15]. *Journey map* dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 Journey Map