BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Tinjauan Aplikasi

Aplikasi Comrades pada mulanya terbangun dari ide bahwa banyaknya orang dengan HIV/AIDS yang menurut data dari UNAIDS pada tahun 2015 terdapat 660.000 orang dengan HIV/AIDS di Indonesia, salah satunya dikarenakan kurang informasi dan tempat konsultasi untuk mengetahui lebih mengenai HIV/AIDS, maka dibangunlah aplikasi Comrades pada tahun 2015, dengan berdasarkan hasil validasi ide kepada komunitas.

Diberikan informasi dari pengembang berupa data dari *google console* terdapat angka statistik bahwa aplikasi Comrades telah di *download* oleh 510 *downloader*s sampai dengan 20 Maret 2017, dengan keseriusan pengembang aplikasi untuk dapat lebih membantu orang dengan HIV/AIDS, aplikasi Comrades masih banyak digunakan dan bertahan sampai sekarang.

II.1.1 Profil Aplikasi

Comrades adalah aplikasi tentang penyedia kesehatan dan layanan untuk HIV/AIDS, dengan memberikan informasi, menyediakan tempat untuk konsultasi tentang HIV/AIDS kepada orang-orang yang kompeten di bidangnya, seperti dokter dan spesialis, dan menyediakan layanan pengingat dan juga menyediakan informasi lokasi untuk orang yang hidup dengan HIV.

Visi Comrades adalah untuk mengurangi stigma dan diskriminasi yang menempel di sekitar ODHA (Orang dengan HIV/AIDS) dengan misi membangun cara untuk meminimalkan masalah tentang HIV/AIDS, seperti disediakannya informasi yang terpercaya karena sesuai validasi dari komunitas.

Comrades dapat digunakan sebagai aplikasi pendukung untuk menyampaikan informasi, dan juga membantu ODHA (Orang dengan HIV/AIDS) agar diingatkan untuk mengonsumsi obat secara teratur sesuai waktu yang direkomendasikan dokter.

II.1.2 Logo Aplikasi

Logo yang digunakan oleh aplikasi Comrades dapat dilihat pada Gambar II.1.



Gambar II.1 Logo Aplikasi Comrades

II.2 Landasan Teori

Pada penelitian ini dibutuhkan teori – teori untuk mendukung permasalahan dan ruang lingkup pembahasan, untuk landasan dalam pembangunan penelitian ini.

II.2.1 *User Interface* (UI)

Menurut e-book karangan Wilbert O Galitz yang berjudul *The Essential Guide to User Interface Design An Introduction to GUI Design Priciples And Techniques*, *User interface* adalah bagian dari komputer dan perangkat lunak yang dapat dilihat, didengar, disentuh, diajak bicara, dan yang dapat dimengerti secara langsung oleh manusia. [2] Maka dari itu *User interface* dapat dikatakan sebagai teknik dan mekanisme dari tampilan antarmuka untuk berinteraksi dengan pengguna.

Maka dari itu *User interface* dapat diartikan sebagai bagian dari komputer atau perangkat lunak yang menjadi fasilitas agar terjadinya interaksi antara pengguna dengan sistem.

Perancangan antarmuka memiliki prinsip – prinsip yang harus di penuhi dalam pembangunannya, 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)
15. Perlindungan (Protection)
16. Mudah dipelajari (Easy of Learning)
17. Mudah digunakan (Easy of Use) [3]

II.2.2 *User Experience (UX)*

Menurut definisi dari ISO 9241-210, *User experience* adalah persepsi atau pengalaman seseorang dan respon dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. [4] *User experience* menilai seberapa 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-produknya. [5] Berdasarkan kedua pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *User*

experience adalah hal-hal yang dirasakan seseorang terhadap penggunaan produk yang menilai tentang tingkat kemudahan dan kenyamanan terhadap fungsionalitas yang disajikan oleh sebuah perangkat lunak.

II.2.3 Goal Directed Design

Tujuan adalah motivasi pengguna dan harus menggambarkan apa yang pengguna ingin capai. Untuk mendapatkan tujuan pengguna digunakanlah *Goal-directed design method* yang berusaha menjembatani antara penelitian dan desain dengan fase - fase dan penjelasan secara umum untuk masing-masing kegiatan adalah sebagai berikut :

1. ***Research***

Mengumpulkan data dengan melakukan observasi, *interview* dan cara pengumpulan data lain untuk mendapatkan data kualitatif tentang calon pengguna atau pengguna sesungguhnya dari produk. Pada tahapan ini dilakukan juga pencarian infromasi yang berhubungan dengan produk, mengevaluasi produk, dan cara kerja produk atau teknologi yang berkaitan dengan produk, untuk mengetahui kondisi produk saat ini.

2. ***Modelling***

Pada fase ini dilakukan pemodelan pengguna, menggunakan alat berupa persona. Persona adalah dokumen untuk menggambarkan kebutuhan pengguna. *User Persona* akan dibentuk dari pola kebiasaan pengguna yang di uji, yang mampu membantu *User interface* (UI) *designer* untuk lebih mudah membuat sebuah *User interface* berdasarkan *User experience* yang di olah melalui *User persona.*

Pada tahapan *modelling*, persona digunakan untuk memodelkan banyak pengguna aktual yang ditemui dalam wawancara. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa digunakannya *User persona* adalah dengan mengidentifikasi hasil uji dari pengguna (*audience*), yang isi dari dokumen pengujian ada elemen - elemen seperti : nama, umur, lokasi, kependudukan atau pekerjaan, dan biografi.

Selain elemen - elemen tersebut ada pula elemen pendukung antara lain: aktivitas *online*, aktivitas *offline*, hal yang membuat klien tertarik, tingkat kenyamanan berteknologi, tingkat kenyamanan bersosialisasi, tingkat kenyamanan menggunakan ponsel, motivasi untuk menggunakan produk, tujuan pengguna.

Persona sebagai alat desain dapat menyelesaikan 3 tipe masalah desain selama pengembangan produk. Di antaranya :

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

Persona adalah alat yang dapat mewakili berbagai jenis pengguna yang dapat di teliti, seperti individu, kelompok, kebiasaan, motivasi dan *nonUsers.* Setiap persona yang diteliti dapat dilakukan untuk mengidentifikasi motivasi dan tujuan pengguna. Tujuan dari setiap pengguna dapat di temukan melalui persona, yang secara keseluruhan terdapat tiga tujuan secara umum yang pengguna ingin capai, di antaranya:

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

Langkah – langkah untuk mengidentifikasi pola perilaku dalam penelitian, langkah utamanya adalah :

1. *Identify behavioral variables.*

Didapatkan data dari perilaku yang diamati sebagai variabel perilaku. Di antaranya data demografi seperti usia atau lokasi geografis mungkin juga mempengaruhi perilaku, namun jangan terfokus pada data demografi karena variabel perilaku tidak hanya mengenai demografi karena akan jauh lebih berguna dalam mengembangkan model pengguna yang efektif bila data yang lain terpenuhi.

Pada umumnya dapat dilihat perbedaan terpenting antara pola perilaku yang muncul dengan memusatkan perhatian pada jenis variabel seperti berikut :

1. Kegiatan adalah variabel untuk mengetahui apa yang dilakukan pengguna serta frekuensi dan volume.
2. Sikap adalah variabel untuk mengetahui bagaimana pengguna memikirkan tentang teknologi produk.
3. *Aptitude* adalah variabel untuk mengetahui pendidikan dan pelatihan apa yang dimiliki pengguna dan Kemampuan untuk belajar.
4. Motivasi adalah variabel untuk mengetahui mengapa pengguna terlibat dalam penggunaan produk
5. Keterampilan variabel untuk mengetahui kemampuan pengguna yang terkait dengan teknologi produk, kemampuan pengguna dalam penggunaan komputer terdiri dari lima tingkatan 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 pengguna komputer yang mampu mengeksplorasi internet.
    e. Proficient adalah kemampuan pengguna komputer yang mampu melakukan kegiatan *programming* atau *scripting.*

2. *Map interview subjects to behavioral variables.*

Setelah yakin bahwa telah diidentifikasinya serangkaian variabel perilaku yang signifikan yang ditunjukkan oleh subjek wawancara, langkah selanjutnya adalah memetakan masing-masing orang yang diwawancarai terhadap masing-masing variabel. Beberapa variabel ini akan mewakili rentang perilaku yang terus menerus (misalnya, dari pemula komputer sampai ahli komputer), dan beberapa akan mewakili beberapa pilihan diskrit (misalnya, menggunakan kamera digital versus menggunakan kamera film).

Hasil yang diinginkan dari langkah ini secara akurat mampu mewakili beberapa subjek yang dikelompokkan berkenaan dengan setiap variabel yang signifikan.

3. *Identify significant behavior patterns.*

Setelah dipetakannya subjek wawancara, maka di cari kelompok subjek yang ada dari berbagai variabel. Satu set subjek yang terkelompokkan ke dalam enam sampai delapan variabel yang berbeda, akan ada kemungkinan satu set tersebut mewakili pola perilaku yang signifikan yang akan membentuk basis persona. Beberapa peran mungkin hanya menunjukkan satu pola yang signifikan, namun biasanya akan ditemukan dua atau bahkan tiga pola seperti itu.

Agar pola berlaku, harus ada hubungan logis atau penyebab antara perilaku yang berkerumun, bukan hanya korelasi palsu. Misalnya, jelas ada koneksi logis jika data menunjukkan bahwa orang yang rutin membeli CD juga suka mengunduh file MP3, tapi mungkin tidak ada koneksi logis jika data menunjukkan bahwa orang yang diwawancarai yang sering membeli CD secara online juga vegetarian.

4. *Synthesize characteristics and relevant goals.*

Setiap pola perilaku yang signifikan dan telah diidentifikasi, maka di tuliskan potensi penggunaan lingkungan, tipikal hari kerja (atau konteks lain yang relevan), solusi dan masalah yang dialami, dan hubungan yang relevan dengan orang lain. Namun, biografi fiktif dan aneh itu juga merupakan gangguan dan membuat data kepribadian kurang kredibel. Hanya data konkret yang dapat mendukung keputusan desain dan bisnis yang akhirnya akan dibuat.

Dapat juga ditambahkan beberapa informasi demografis seperti usia, lokasi geografis, pendapatan relatif (jika sesuai), dan jabatan. Informasi ini dapat untuk membantu untuk memvisualisasikan persona lebih baik saat mengumpulkan rincian perilaku.

5. *Check for redundancy and completeness.*

Pada tahap ini persona sudah seharusnya terlihat. Anda harus memeriksa pemetaan dan karakteristik karakter dan sasaran Anda untuk melihat apakah ada kesenjangan penting yang perlu dipenuhi. Serta apakah data mengarah pada kebutuhan untuk melakukan penelitian tambahan yang diarahkan untuk menemukan perilaku tertentu yang hilang dari sumbu perilaku yang dicari.

Jika Anda menemukan bahwa dua kepribadian tampaknya hanya bervariasi oleh demografi, Anda dapat memilih untuk menghilangkan salah satu personel untuk membuatnya lebih berbeda. Setiap persona harus berbeda dari yang lainnya setidaknya dalam satu perilaku yang signifikan.

6. *Expand description of attributes and behaviors.*

Variabel yang sudah lengkap dan tidak memiliki pengulangan terhadap variabel yang lain maka perlu dikembangkan agar persona yang terbentuk dapat lebih hidup. Pembuatan persona dalam tahap ini haruslah sudah dituliskan pada kanvas agar lebih informatif. Pengembangan deskripsi ini didasarkan pada variabel kebiasaan dan pola kebiasaan yang sudah terbentuk sebelumnya.

7. *Designate persona types.*

Sebuah desain harus memenuhi kebutuhan target pengguna yang di fokuskan untuk di desain. Umumnya, semakin spesifik target akan semakin baik tujuannya. Maka dari itu untuk memenuhi target yang spesifik di kategorikanlah setiap persona kedalam enak tipe, diantaranya :

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

3. *Requirement*

Fokus pada personal yang sudah ditentukan dalam fase sebelumnya, untuk membangun suatu skenario yang didasarkan pada tujuan dan kebutuhan spesifik dari pengguna. Pengguna memberikan gambaran tugas-tugas mana yang penting dan mengapa, ini akan mengarah kepada desain antarmuka yang minimalis dalam tugas, tapi dapat juga memberikan hasil yang maksimal. Artinya desain akan mempermudah pekerjaan pada tugas - tugas yang penting.

Adapun langkah untuk membuat skenario berdasarkan persona adalah :

a. *Set Scene* (Membuat Adegan)

Pada langkah ini dibentuk sebuah cerita yang spesifik bagaimana persona dapat berinteraksi dengan sistem, kapan dan siapa yang mempengaruhi persona dalam penggunaan sistem.

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

Persona dipicu oleh tujuan untuk mau menggunakan sistem, maka dibuat sebuah konflik yang perlu diselesaikan oleh persona, agar pengalaman dalam penggunaan sebuah sistem dapat tergambar.

c. *Overcome Crisis Along The Way* (Mengatasi Krisis)

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

d. *Achieve Resolution* (Mencapai Resolusi)

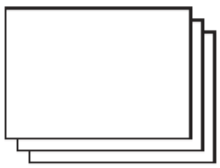
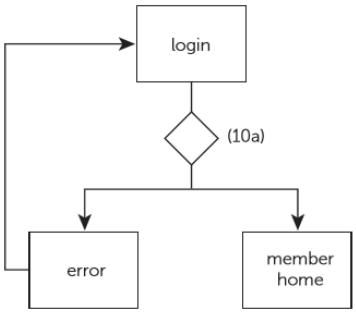
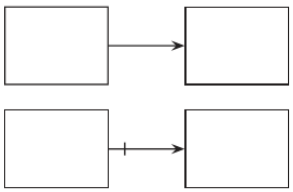
Bagaimana pengguna akhirnya mencapai tujuannya dalam penggunaan sistem, hal – hal apa saja yang dapat membantu pengguna mencapai tujuan.

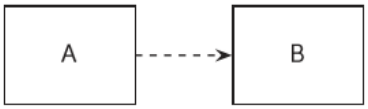
e. *Reach Denouement* (Mencapai Penyelesaian Konflik)

Bagaimana produk dapat mempengaruhi kehidupan pengguna, dan bagaimana pengguna pada akhirnya selesai dalam menggunakan produk.

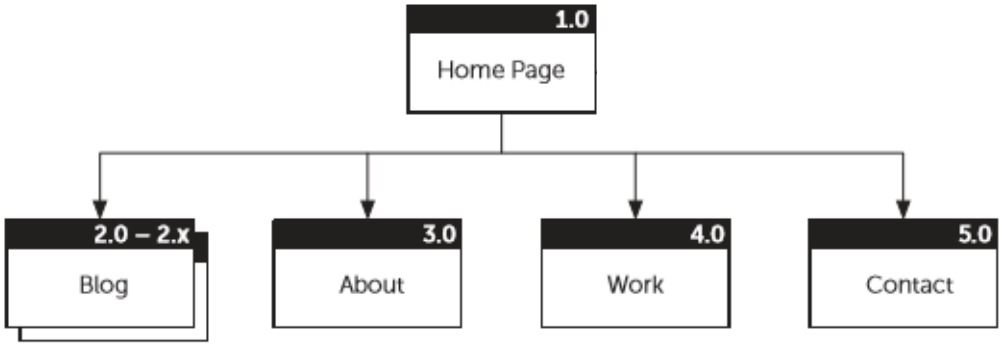
Pada tahapan *Requirement* selain membuat skenario dilakukan juga penggambaran tugas atau aksi menggunakan Diagram *Site Maps*. Diagram *Site Maps* adalah alat untuk menggambarkan hierarki visual dari sebuah *layout* aplikasi. Adapun elemen – elemen yang digunakan untuk membuat *site maps* adalah :

Tabel II-1 Daftar Elemen Site Maps

No.	Elemen	Keterangan
1.	*Page* 	Page adalah halaman yang digambarkan dengan kotak persegi panjang, dan berguna untuk menggambarkan nomor halaman yang berisi konten konten.
2.	*Pagestack* 	*Pagestack* mewakili tampilan yang memiliki persamaan halaman dengan konten yang berbeda.
3.	*Decision Point* 	*Decision point* 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.
4.	*Connectors and Arrow* 	*Connectors and arrows* digunakan untuk menggambarkan perpindahan antara *page* yang satu dengan yang lainnya, dalam sebuah *condition point* dan seterusnya. Connectors and arrow digunakan ketika ada aksi dari page yang satu dengan yang lain. *Connectors* yang memiliki *cross bar* merupakan *connectors* yang menandakan aksi tidak dapat kembali ke halaman sebelumnya, seperti pengguna yang sudah *login* ke dalam website, tidak dapat mengakses halaman yang sebelumnya belum melakukan *login.*

5.	*Conditions*  	*Conditions* digunakan untuk menggambarkan kondisi yang harus dilakukan karena sebuah aksi atau *event.*

Berikut pada Gambar II.2 merupakan contoh Diagram *Site Maps* :



Gambar II.2 Contoh Diagram *Site Maps*

4. *Framework Definition*

Definisi Pada fase ini tim pembangun/perancang menganalisis *interaction framework* dengan menggunakan alat-alat visual. Misalnya menghasilkan arsitektur sistem, menghasilkan konsep desain yang stabil dan menunjukkan struktur formal dan logis untuk detail yang akan datang, dan menggambarkannya melalui sebuah gambaran mockup.

5. *Refinement*

Fase ini melanjutkan fase *framework definition* dengan fokus lebih pada menggabungkan hasil, karena hasil akhir dari fase ini adalah dokumentasi dari desain.

6. *Support*

Tahapan *support* dilakukan bila terdapat pilihan untuk melakukan pengembangan terhadap sistem. Dalam penelitian ini tidak dilakukan tahapan *support*. Tujuan adalah kunci sukses dari sebuah produk. Pada umumnya fokus seorang *programmer* atau perancang sistem adalah fungsi. Pembangunan yang mereka lakukan adalah dari fungsi ke fungsi. Tapi hal yang harusnya menjadi perhatian adalah apakah fungsi-fungsi yang disajikan akan membantu pengguna untuk mencapai tujuannya. Jika tujuan pengguna tercapai, maka tujuan organisasi pun akan tercapai. [6]

II.2.4 *Usability Testing*

Usability Menurut International Standards Organization (ISO) yaitu ISO 9241-11 tahun 1995 yang mengatur mengenai standar ergonomi untuk pekerjaan kantor dengan visual display terminal, *usability testing* adalah sejauh mana sebuah produk bisa digunakan oleh pengguna tertentu untuk tujuan tertentu dengan efektif, efisien, dan kepuasan dalam konteks penggunaan tertentu. Efektivitas mengacu pada keakuratan dan kelengkapan pengguna untuk mencapai tujuan tertentu. Efisiensi berkaitan dengan sumber daya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan akurasi dan kelengkapan pengguna untuk mencapai tujuan. Kepuasan mengacu pada kenyamanan dan penerimaan penggunaan .

Sedangkan menurut Jakob Nielsen, usablility adalah set atribut kualitas yang menilai seberapa mudah *User* interface yang digunakan. Berdasarkan definisi tersebut *usability* dari sebuah produk dapat diukur dari tiga faktor, di antaranya :

a. *Effectiveness*

Effectiveness adalah konsep yang menilai apakah pengguna dapat mencapai apa yang pengguna ingin lakukan, dengan produk sebagai alat bantu.

b. *Efficiency*

Efficiency adalah konsep yang menilai seberapa lama pengguna dapat mencapai tujuannya dengan menggunakan produk.

c. *Satisfaction*

Satisfaction adalah konsep yang menilai apa yang pengguna rasakan dan bagaimana sikap pengguna terhadap produk. [7]

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian *usability testing* adalah sebuah tolak ukur yang menilai tentang penggunaan sebuah produk oleh pengguna berdasarkan aspek yaitu *effectiveness, efficiency, satisfaction*. Daya guna (usability) merupakan unsur penting dalam Human Computer Interaction (HCI). Usability yang baik menggambarkan sistem tersebut mudah digunakan, tidak menimbulkan kekhawatiran bagi pengguna, dan mudah dipelajari, untuk mengetahui kondisi produk saat ini, evaluasi produk dilakukan menggunakan usabiliy testing, *usability testing* adalah 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 dilakukan penentuan tujuan dari dilakukannya *usability testing* terhadap produk.

b. Menentukan Target Pengguna

Untuk menentukan target pengguna, dipilih sesuai kebutuhan karakteristik pengguna dari produk yang akan diuji.

c. Moderated Test

Pada tahapan ini dilakukan pengujian yang terpantau, dengan memberikan tugas untuk menjalankan aplikasi dan setiap kegiatan yang dilakukan akan di rekam oleh alat perekam, seperti aplikasi perekam layar perangkat mobile.

Pengerjaan tugas akan diberikan nilai keberhasilan, yang di mana apabila pengguna berhasil melakukan tugas tanpa ada kendala dan pada waktu yang tidak terlalu lama, maka pengguna akan diberi nilai 1 atau dianggap berhasil, apabila

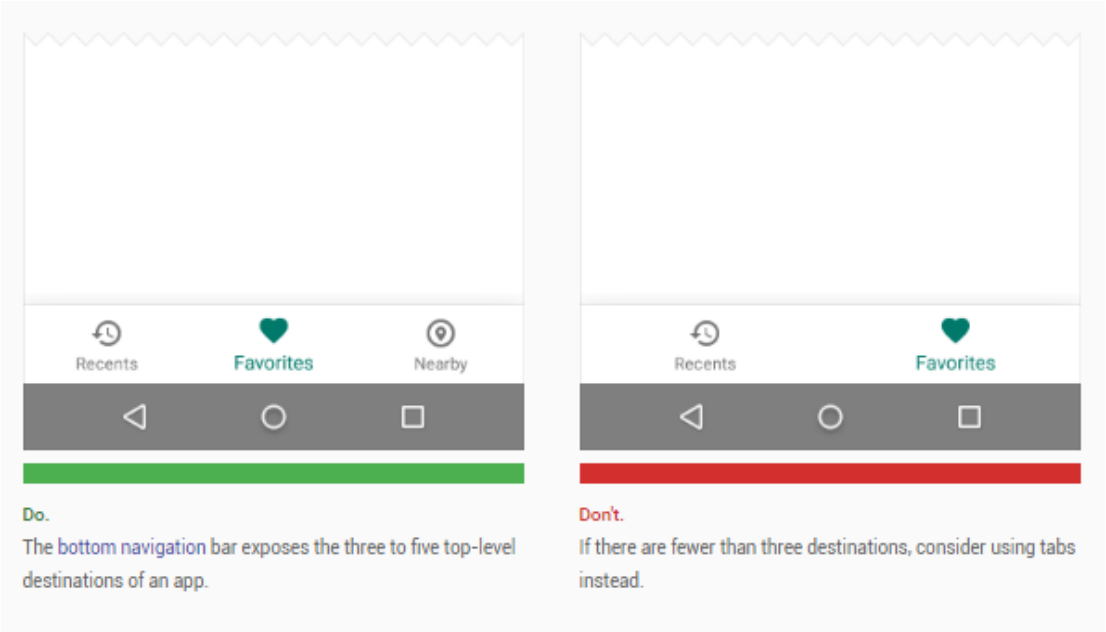
pengguna banyak mengalami kesalahan dan kendala maka pengguna akan diberi nilai 0 atau kurang berhasil.

d. Wawancara

Pada tahapan ini dilakukan wawancara dengan menanyakan apa yang pengguna rasakan saat menggunakan produk. [8]

II.2.5 *Google Material Design Guidelines*

Google material design guidelines adalah panduan yang dapat diterapkan oleh desainer dalam membangun desain antarmuka untuk platform Android, seperti prinsip desain Android, komponen *User Interface* (UI), *pattern* UI, *style* dan komponen lainnya. Android juga memiliki berbagai komponen *User interface* dan *layout* yang bisa digunakan untuk membangun sebuah antarmuka. Maka dari itu secara tidak langsung Android menyediakan panduan khusus bagi desainer dalam merancang dan membangun antarmuka yang sesuai dengan pola desain yang digunakan Android namun juga memperhatikan sisi kreativitas dari desainernya. Selain dari itu pada *google material design guidelines* pun terdapat panduan agara komponen yang di buat sesuai dengan prinsip dari *material design*, seperti halnya ada panduan agar perancang tertuntun dengan apa yang dapat dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan pada perancangan antarmuka aplikasi Android, beriku contoh panduan dari *google material design* : [9]



Gambar II.3 Contoh Panduan Dari Google Material Design

II.2.6 *User* Flows

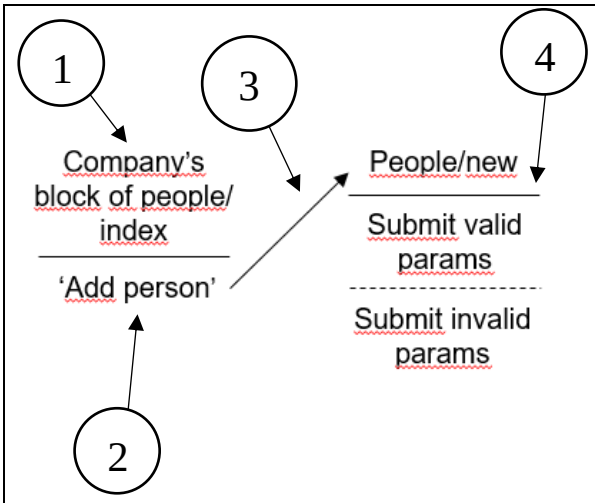
User flows adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan apa yang pengguna lihat dari sebuah produk, dan apa yang dapat mereka lakukan dengan produk tersebut, seperti halnya mencari sebuah rute perjalanan, rute yang mana yang paling efisien, di mana harus belok dan berputar arah, juga seberapa jauh jarak yang ditempuh.

Pengerjaan suatu tugas tidak akan selalu berjalan lurus, beberapa akan terdapat belokan atau tikungan. Oleh karena itu *User flows* membantu pengembang produk untuk memahami bagaimana sistem berinteraksi dengan kebiasaan pengguna. Sistem perlu menanggapi pengguna yang mengalami kesalahan dan melakukan aksi – aksi mengenai sistem. Pengembang dapat melihat semua detail dan spesifik interaksi pada *User* flows. Berikut langkah membuat *User flows* :

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

Adapun penjelasan seperti apa *User flows* dan komponennya, terdapat pada Tabel II-2 sebagai berikut :

Tabel II-2 Komponen *User* Flows

	1. Pernyataan yang ada di atas garis adalah apa yang pengguna lihat. 2. Pernyataan yang ada di bawah garis adalah apa yang pengguna lakukan. 3. Panah yang menghubungkan dengan aksi selanjutnya, pada halaman yang berbeda dengan aksi yang berbeda pula. 4. Garis pemisah apa yang pengguna lihat dengan apa yang pengguna lakukan (aksi) terdapat dua jenis, pertama garis lurus adalah garis untuk aksi utama yang pengguna lakukan, sedangkan garis putus – putus digunakan sebagai tanda sebuah aksi alternatif.

II.2.7 Experience Map

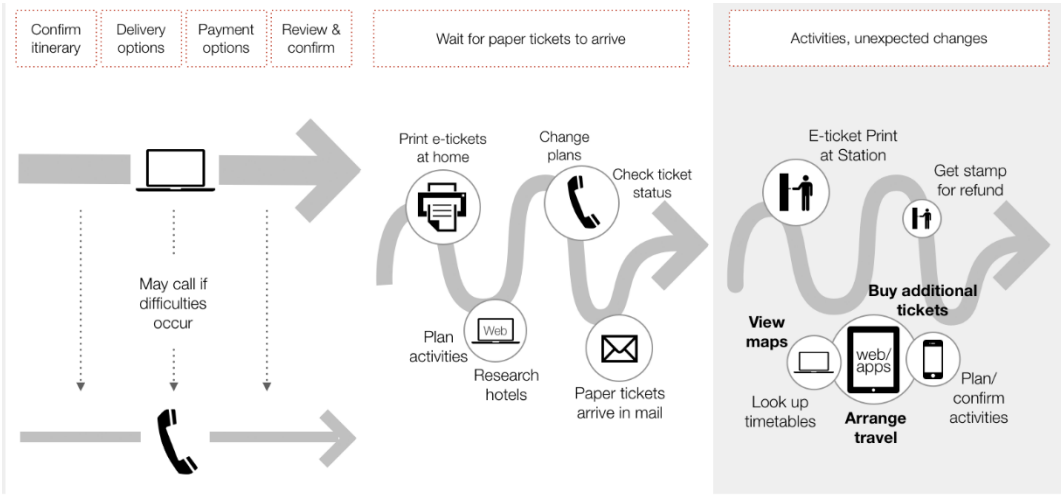
Experience map adalah alat yang strategis untuk menangkap dan menghadirkan pengetahuan penting ke dalam interaksi experience yang kompleks yang terjadi di seluruh experience produk, layanan, atau ekosistem. Inti dari experience map adalah model perjalanan pengalaman atau experience tipikal yang dibuat dari gabungan semua pengalaman dari titik A ke titik B saat mereka berusaha mencapai suatu tujuan atau memenuhi suatu kebutuhan. Aktivitas pemetaan untuk mengetahui dan memberikan informasi kepada seluruh tim dan stakeholders. Pemetaan juga dibuat sebagai artefak memungkinkan desainer menciptakan dan mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik. Singkatnya, experience mapping adalah sebuah perjalanan yang dapat melibatkan dan mempengaruhi keseluruhan produk. Proses pembuatan experience map ada lima tahap yaitu :

1. Menentukan Lensa Perjalanan

Lensa perjalanan adalah penyaring utama untuk mengetahui perjalanan pengguna ketika menggunakan produk. Jika memiliki pengguna yang berbeda dan memiliki perbedaan yang sangat signifikan maka lensa kemungkinan akan menjadi ringkasan persona yang akan terbuat beberapa peta untuk setiap persona. Inti dari experience (peluang dan pain point) akan sama karena berfokus pada titik perhatian inti yang berlaku untuk setiap persona, dalam hal ini lensa bisa menjadi beberapa prinsip menyeluruh, seperti desain Prinsip atau proposisi nilai.

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.



Gambar II.4 Contoh Experience Map

3. Qualitative Insight

Qualitative insight adalah menuliskan bagaimana partisipan berinteraksi dengan produk yang dibuat dan bagaimana partisipan dapat memulai perjalanannya pada journey model sebelumnya.

4. Takeaways

Experience map tersebut dimaksudkan untuk menjadi katalisator dan bukan sebagai kesimpulan, takeaways akan membantu fase desain atau strategi berikutnya dengan menjelaskan mengenai alur produk, dan membantu mengidentifikasi peluang, pain point, dan rekomendasi tindakan. [11]