

PROGRAM PERMATA SAKTI 2020

**PERANCANGAN USER EXPERIENCE
LAPORAN TUGAS P-02**



DISUSUN OLEH:

KELOMPOK 1

Nur Aini (6220010020)

Tati Novia (6220010399)

Arif Kurniawan (6220010394)

Rizni Dara Annisa (6220010393)

Indah Permata Intan (6220010014)

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2020

A. Research Plan

1. Design Challenge

The Design Challenge



How might we...

Membuat user mudah dan nyaman dalam menggunakan aplikasi WSJ (Wisata Sajuta Janjang)?

your design question

...in order to invent, build, and test ways to:

Sebuah Aplikasi WSJ

your design framework

Design Thinking

2. Profil Tim

NO	Peran – Nama	Kelebihan	Kekurangan
1	Design - Nur Aini	<ul style="list-style-type: none">• Menguasai Adobe Illustrator.	<ul style="list-style-type: none">• Kurang menguasai Public Speaking.• Kurang menguasai dalam penggunaan bahasa Inggris.
2	Design - Indah Permata Intan	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki skill dalam design, editing, dll.	<ul style="list-style-type: none">• Kurang menguasai dalam hal presentasi.• Kurang menguasai dalam bidang bahasa asing.
3	Development – Rizni Dara Annisa	<ul style="list-style-type: none">• Konsisten dalam mengerjakan suatu hal.• Memiliki skill dalam fotografi, ilustrasi dan design, biasa	<ul style="list-style-type: none">• Terkadang memiliki kesulitan dalam mengatur anggota dalam suatu kelompok.

		menggunakan aplikasi Adobe photoshop, Adobe Illustrator, Medibang paint pro.	
4	Public Relations - Arif Kurniawan	<ul style="list-style-type: none"> • Bisa bekerja dalam keadaan tertekan. • Mampu menggunakan aplikasi desain. • Mampu mengoperasikan komputer. • Mampu mengoperasikan kamera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak bisa bekerja dalam waktu yang lama di depan komputer. • Tidak bisa bekerja tanpa konsep yang matang. • Tidak bisa berbicara didepan umum dengan baik
5	Researcher- Tati Novia	<ul style="list-style-type: none"> • Bisa bekerja dalam waktu yang mendesak. • Mampu berbicara di depan banyak orang. • Mampu menguasai materi yang di dapat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang Mahir dalam menggunakan aplikasi desain.

3. User & Stakeholder

- Aplikasi ini ditujukan untuk semua kalangan masyarakat terutama bagi kalangan anak muda dan pekerja yang sangat aktif dalam media social ,dan mereka juga sangat memerlukan liburan.
- Stakeholder merupakan para pemilik tempat-tempat wisata, seperti ketua daerah setempat.

4. Narasumber

Narasumber merupakan 3 orang wisatawan sajuta janjang yaitu Aciak, Junaidi, Tiara.

5. Rencana Interview/Data Gathering

Pelaksanaan wawancara dilakukan pada tanggal 01-04 oktober 2020,dan wawancara langsung diajukan di lokasi tempat wisata saribu janjang

6. Interview Guide

- Apa yang membuat Bapak /Ibuk memilih tempat wisata Saribu janjang sebagai tujuan wisata anda?
- Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai tempat wisata ini?

- Transportasi apasaja yang dapat digunakan menuju tempat ini?
- Adakah kendala yang anda alami untuk mengakses tempat wisata sajuta janajang ini?
- Apa kelebihan wisata sajuta janajang ini?
- Apa kekurangan dari tempat ini?
- Adakah masukan/harapan anda untuk pemilik wisata untuk kemajuan tempat wisata ini?

7. Competitor Analysis

✓: Feature Present. ✗: Missing or Negligible. ?: Unable to Find or Review Feature. ★: Best in Class.

Feature/ Function	Ragunan Zoo	Jakarta Aquarium	Ancol	Client	Comment
Start Page/ Dashboard (Overall Impact)	✓	✓	✓	★	Penyedia halaman awal data nyata, dalam waktu nyata dan berguna.
Information Organization & Display	✓	★	✓	★	Representasi grafik statika dan pesan informasi membuat halaman ini lebih menarik dan membuat user mengerti.
Look & Feel	✓	★	★	★	Terlihat seperti platform kontemporer.
Dynamism	✗	✓	★	★	Menggunakan pembesaran slider dan rollover lebih baik daripada kotak drag and drop.
Call to Action/ Getting Started	✗	✓	★	✗	Fitur quicksend adalah satu-satunya ajakan bertindak di halaman awal mana pun.
System Status Updates	✓	✓	✓	✗	Bagian system status update yang paling lengkap.
Message & list- Statistics & Reports	✓	✓	✓	✗	Bagian message&list-statistic & reports yang paling lengkap.

Calendar	✗	✗	✗	✗	Memiliki satu-satunya fitur kalender yang terbukti diinginkan oleh pengguna setelah mereka melihat prototipe.
Social Media Statistics	✗	✗	✗	✗	Ini bisa menjadi media pembeda yang penting.
Marketing Support	✓	✓	✓	✗	Materi ini penting untuk pemasaran perusahaan.

B. Hasil User Research

1. Pelaksanaan User Research

Sajuta Janjang Di Lereng Singgalang adalah tempat wisata Tangga panjang yang bernuansa pedesaan Tembok Besar Cina. Lereng Singgalang terletak di kaki gunung bearapi Singgalang, tepatnya di Balingka, IV koto, Kabupaten Agam, provinsi Sumatera Barat. Sajuta Janjang Di Lereng Singgalang menempati area \pm 14 hektar yang terdiri atas hamparan perbukitan yang berhawa sejuk dengan pesona persawahan, perkebunan, dan tanaman. Sajuta Janjang Di Lereng Singgalang juga di suguhkan dengan pemandangan indahny wilayah Bukit tinggi dan padang panjang dan sekitarnya, yang sangat memanjakan mata.

Wilayah Wisata Sajuta Janjang yang berlokasi di sumatera barat telah mengalami penurunan jumlah wisatawan selama Covid 19 dalam 7 bulan ini. Disini ide pembuatan aplikasi yang menarik wisatawan lokal dan dunia untuk berkunjung kembli ke wisata Sajuta Janjang Di Lereng Singgalang yang sangat membantu wisatawan yang hendak berwisata di Sajuta Janjang di Lereng Singgalang dan wisata Sumatera barat.

Wisatawan mengalami kesulitan dalam menjelajahi tempat wisata Sajuta Janjang di lereng Singgalang dan wisata-wisata alam di Sumatera Barat, karena repotnya dalam petunjuk lokasi dengan rute terbaik, pembelian tiket, melihat foto/video tempat wisata yang dituju, dan pembelian kuliner yang ada di Sumatera Barat. Dengan demikian wisatawan yang harus berinteraksi langsung dengan pemilik wisata. Kebanyakan masyarakat ditempat wisata atau wisatawan yang sangat mengkwatirkan terjadinya penyebaran babtri/virus dan tentang kesehatan masyarakat ditempat wisata dan wisatawan.

METODE

- **Ruang Lingkup research**

Ruang lingkup pada research ini, yaitu:

1. Sasaran pengguna adalah wisatawan yang memiliki kebutuhan untuk mencari dan memesan tiket wisata Sajuta Janjang serta pemesanan Kuliner Khas Sumatera barat.
2. Prototipe dikembangkan sampai dengan tingkat medium fidelity.

- **Data research**

Data yang digunakan dalam *research* ini berupa hasil wawancara terkait hal-hal yang diharapkan oleh wisatawan saat menggunakan aplikasi Wisata Sajuta Janjang.

- **Tahapan research**

Research ini dilakukan dengan menggunakan five planes framework oleh Garrett (2012). Five planes framework memiliki lima tahapan, yaitu strategy plane, scope plane, structure plane, skeleton plane, dan surface plane. Pengembangan menggunakan framework ini harus dilakukan secara bertahap, karena antar lapisannya memiliki keterhubungan (Garrett 2012).

- **Strategy Plane**

Tahap ini meliputi tujuan bisnis, identitas merek, segmentasi, dan riset pengguna. Tujuan bisnis adalah strategi khusus yang dilakukan oleh stakeholder untuk menjelaskan alasan dibuatnya suatu produk dengan identitas merek yang dimiliki. Segmentasi pengguna diperlukan untuk membantu dalam memahami kebutuhan pengguna dengan melakukan pengelompokan pengguna yaitu wisatawan. Riset dilakukan untuk menganalisis hal-hal yang diharapkan oleh wisatawan saat menggunakan aplikasi Wisata Sajuta Janjang menggunakan data kualitatif melalui wawancara. Wawancara dilakukan kepada tiga pengunjung wisata Sajuta Janjang dengan aspek wawancara meliputi behavior dan demografi. Setelah melakukan pengumpulan data dari wisatawan, selanjutnya data tersebut dianalisis dan dilakukan perancangan user persona dan customer journey map sebagai bentuk representasi dari target pengguna aplikasi Wisata Sajuta Janjang.

- **Scope Plane**

Spesifikasi fungsional adalah tentang eksplorasi kelayakan suatu produk (Cao 2015). Perancangan spesifikasi fungsional dan konten adalah fokus utama dari tahap scope

plane. Aplikasi wisata sajuta janjang memiliki berbagai fungsional utama yang akan dirancang dan konten yang ditampilkan dapat menciptakan UX yang baik, dilanjutkan dengan pembuatan skenario pengguna berbentuk cerita singkat dari persona. Pembuatan skenario pengguna bertujuan untuk mendeskripsikan motivasi dan tujuan pengguna dalam menggunakan produk atau jasa. Tahap selanjutnya menentukan fitur dan konten aplikasi Sajuta Janjang. Pengembangan fitur dan konten harus dapat menjawab tujuan bisnis dan kebutuhan pengguna sesuai dengan tahap strategy plane. Fitur utama yang dikembangkan pada aplikasi sajuta janjang untuk wisatawan adalah fitur pencarian, pemesanan dan pembayaran, serta asistensi.

- **Structure Plane**

Tahap ini adalah tahap pembuatan arsitektur informasi. Arsitektur informasi dibuat dengan memperhatikan pembentukan struktur informasi yaitu kemudahan pengguna dalam mendapatkan informasi. Perancangan arsitektur informasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik card sorting yang memberikan pemahaman tentang mental model yang dimiliki oleh pengguna untuk pembuatan kategori dan label. Perancangan interaksi dilakukan untuk setiap fitur yang dikembangkan meliputi: pencarian tempat wisata, pemesanan tiket/kuliner dan pembayaran tiket/kuliner, serta asistensi.

- **Skeleton Plane**

Fokus utama dari tahap ini adalah pembuatan low fidelity prototype yang merupakan perwujudan dari desain interaksi pada tahap structure plane. Langkah awal yang dilakukan adalah membuat antarmuka. Prototipe merupakan simulasi dari produk yang sedang dikembangkan, yang bertujuan untuk melihat seberapa baik dan konsisten alur dari suatu produk dapat diterima oleh calon pengguna (Banerjee 2014). Perancangan low fidelity prototype meliputi layout dan penempatan elemen-elemen interaksi. Penempatan dan pengelompokan elemen interaksi disesuaikan dengan tingkat kepentingan dan hubungan antarelemen interaksi (Garrett 2012).

- **Surface Plane**

Target dari tahap ini adalah perancangan medium fidelity prototype. Langkah awal yang dilakukan adalah pembuatan design guidelines yaitu perancangan elemen-elemen visual yang memerhatikan aspek keseragaman dan konsistensi dari pemilihan

warna serta tipografi. Design guidelines tersebut digunakan sebagai elemen visual acuan dalam pengembangan medium fidelity prototype.

- **Bukti dokumentasi proses user research**



Gambar 1

Bersama wisatawan dan masyarakat dikawasan wisata Sajuta Janjang
(Sumber : Indah Permata Intan, 2020)



Gambar 2

Pesona wisata Sajuta Janjang di Lereng Singgalang dari Puncak
(Sumber : Indah permata Intan, 2020)



Gambar 3

Tangga Yang terbentang menuju puncak (Sajuta Janjang)

(Sumber : Indah permata Intan, 2020)



Gambar 4

Gerbang masuk ke wisata Sajuta janjang di lereng singgalang

(Sumber : indah permata intan. 2020)

2. Hasil User Research

2.1 Hasil Interview

Strategy Plane

Pada tahap strategy plane telah dilakukan observasi sekaligus analisis data hasil wawancara terkait (a) tujuan bisnis (product objective) dan (b) user needs. Hasil analisis direpresentasikan dalam bentuk (c) user persona dan (d) customer journey map.

Product Objective

Langkah untuk mengetahui tujuan bisnis dari pengembangan Wisata Sajuta Janjang didapatkan dengan melakukan wawancara secara langsung. Narasumber dalam wawancara tersebut adalah Indah Permata Intan dan empat teman lainnya, selaku pengembang wisata Sajuta Janjang sebelumnya memiliki tujuan bisnis mempermudah wisatawan dalam mencari dan memesan tiket atau kuliner khas Sumatera barat Dan tujuan bisnis mempermudah proses pemasaran tiket ataupun Kuliner khas Sumatera barat. Pihak pengembang sebelumnya membutuhkan kemudahan bagi wisatawan dalam mencari dan memesan Tiket ataupun Kuliner Khas sumatera barat, sehingga dapat memberikan pengalaman baru dalam penggunaan sistem oleh wisatawan secara efektif dan efisien.

User Needs

Kebutuhan pengguna didapatkan melalui wawancara kepada 3 narasumber yang mewakili karakteristik umum dari wisatawan. Pemilihan narasumber berdasarkan demografi (usia 20 hingga 30 tahun, berjenis kelamin laki-laki atau perempuan) dan aktivitas (pernah melakukan kegiatan liburan). Pelaksanaan wawancara dilakukan pada tanggal 01-04 oktober 2020. Pertanyaan yang diajukan terkait dengan motivasi, informasi yang sering dicari, hingga pengalaman baik dan buruk narasumber dalam aktivitas sebelum liburan (perencanaan dan pencarian wisata), saat atau selama liburan, dan setelah liburan. Hasil dari wawancara berdasarkan demografi, wisatawan didominasi oleh pria sebanyak 2 orang dan 1 orang wanita. Sedangkan dari segi usia, didominasi oleh wisatawan berusia 29 tahun dengan jumlah 2 orang. Selain itu, sebanyak 83.33% responden menyatakan bahwa merasa tidak aman ketika melakukan pemesanan dan pembayaran tiket wisata. Sebesar 66.66% responden juga mengalami kesulitan mencari kuliner khas Sumatera barat.

2.2 Pesona

User Persona

Penciptaan tokoh user persona dilakukan secara spesifik berdasarkan hasil analisis dari wawancara terhadap empat kandidat persona. Langkah selanjutnya adalah menggabungkan karaktersistik dan kriteria dari kandidat untuk menciptakan karakter fiksi berdasarkan hasil analisis. Berdasarkan hasil analisis dengan mengambil data mayoritas narasumber dari segi demografi, menghasilkan satu user persona. Pada penentuan tokoh user persona, terpilih seorang partisipan pria bernama Aciak dan berjenis kelamin laki-laki dengan usia 29 tahun. Kepribadian Aciak adalah extrovert, thinking, perceiving, dan satisfied. Aciak lebih sering menggunakan smartphone dan cukup sering menggunakan laptop. Aciak menyukai aplikasi smartphone yang mudah dimengerti, sederhana, interaktif, dan memiliki fitur pencarian spesifik.

2.3 Empathy Map

- **Thinking and Felling**

Dari jumlah wisatawan yang telah diwawancarai, mereka merasa takut dan waspada pada saat transaksi pembelian tiket dan merasa kesusahan dalam mendapatkan makanan khas Sumatera Barat. Kecemasan dan meningkatnya kewaspadaan wisatawan dikarenakan kurang berjalannya protokol kesehatan yang terjadi ditempat wisata sajuta janjang tersebut. Wisatawan berharap kedepannya tempat wisata tersebut memiliki protokol kesehatan yang sesuai agar tak terjadi kegaduhan dan meningkatkan kenyamanan ditempat wisata.

- **Hear**

Wisatawan mengetahui tempat wisata sajuta janjang rata rata lewat platform instagram dan informasi yang tersebar didalam lingkungan wisatawan itu sendiri, alasan ini lah yang membuat dibutuhkan aplikasi yang akan menyebar luarskan semua informasi tempat wisata sajuta janjang ini. Wisatawan yang datang biasanya datang selain karena rasa penasaran yang timbul karena banyaknya influencer yang berfoto disana juga dipengaruhi oleh rasa bosan yang dihasilkan oleh status keadaan saat ini.

- **See**

Ditempat wisata sajuta janjang ini wisatawan disuguhi dengan pemandangan alam yang sangat asri dan kemegahan dari jenjang(janjang) yang sangat panjang memmbuat wisatwan seakan sedang berada di jenjang raksasa China. Lingkungan yang akan dirasakan wisatawan pun adalah lingkungan yang kental dengan alam dan keramahan masyarakat sekitar yang dominannya adalah sebagai pedagang baik itu minuman maupun makanan khas sumatera barat.

- **Say and do**

Menurut wisatwan yang diwawancarai rata-rata mereka tertarik dan mengatakan senang jikalau sajuta janjang memiliki aplikasi sebab akan bisa membantu dan memberikan informasi terkini kepada masyarakat luas dan dalam masa pandemi yang harus dilakukan serba dirumah dapat membuat wisatwan tetap merasakan berada di daerah wisata tersebut.

- **Pain**

Wisatawan mengharapkan terealisasinya aplikasi sajuta janjang dengan waktu yang cepat dan aktif. Terlepas dari itu wisatwan yang diwawancarai mengharapkan perubahan dan penyesuaian protokol kesehatan di tempat tersebut.

- **Gain**

Wisatawan diuntungkan dari segi mana pun sebab aplikasi dapat diakses oleh semua orang dan akan membuat masyarakat yang mengakses merasakan berada didaerah sajuta janjang.

2.4 Insight Statement

Seringnya wisatawan mengalami kesulitan dalam mencari informasi mengenai info lokasi,rute terbaik perjalanan, informasi tiket perjalanan atau tiket wisata, melihat video atau foto tempat wisata, informasi kuliner maupun rekomendasi tempat menginap. Maka dari itu dapatlah ide untuk merancang sebuah aplikasi yang dapat membantu keluhan dari wisatawan. Aplikasi ini sangat membantu wisatawan terutama saat kondisi pandemi covid-19 saat ini. Wisatawan dapat mengetahui kondisi serta keamanan perjalanan ke lokasi wisata, kemanan

saat berwisata serta bisa mempersiapkan berbagai hal untuk berbagai kemungkinan.

2.5 How-might-we Question

- Apakah aplikasi ini benar-benar memenuhi kebutuhan audiens?
- Apakah aplikasi ini nyaman di gunakan?

Tugas ini dikerjakan secara bersama-sama dengan berdiskusi menggunakan grup Kelompok 1 yang ada di Whatsapp dan semua anggota ikut berpartisipasi dalam mengerjakan Tugas 4 Project 02.