

**PERANCANGAN ULANG UI/UX *DESIGN WEBSITE SURVEYASIA*  
MENGUNAKAN METODE *USER CENTERED DESIGN*  
(Studi Kasus : *SurveyAsia* pada PT Citi Asia Internasional)**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**Dwi Putri Oktaviani**

**2055061015**



**JURUSAN TEKNIK ELEKTRO  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

## ABSTRAK

### PERANCANGAN ULANG UI/UX DESIGN WEBSITE SURVEYASIA MENGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN

Oleh

**DWI PUTRI OKTAVIANI**

*SurveyAsia* adalah *platform online* yang dirancang untuk membantu akademisi dalam membuat survei yang responsif dan interaktif. Saat ini, pengembangan website *SurveyAsia* masih berlangsung karena jumlah pengguna yang masih rendah karena fitur yang dimiliki kurang menarik dan tampilan yang kurang interaktif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan ulang UI/UX desain website *SurveyAsia* untuk meningkatkan minat dan keterlibatan pengguna melalui beberapa upaya, dengan melakukan desain ulang fitur QOTD responden, menyediakan paket gratis bagi *researcher*, serta memberikan akses kepada redaksi untuk mengelola fitur VIKAsia. Penelitian ini menggunakan metode *user centered design* yang berfokus pada kebutuhan pengguna dalam meningkatkan aspek efisiensi, efektif, dan *learnability*. Hasil pengujian kepada 9 subjek penelitian dilakukan kepada peran responden, *researcher*, redaksi menggunakan metode *cognitive walkthrough*. Dari evaluasi yang dilakukan responden mendapatkan hasil *effectiveness* sebesar 100%, *efficiency* sebesar 100%, dan *learnability* 91%. Selanjutnya, *researcher* mendapatkan hasil *effectiveness* 80%, *efficiency* sebesar 72%, dan *learnability* sebesar 88%. Selanjutnya redaksi mendapatkan hasil *effectiveness* sebesar 88%, *efficiency* sebesar 94%, dan *learnability* sebesar 88%. Selanjutnya, hasil pengujian menggunakan *single ease question* responden mendapatkan nilai sebesar 6.8, *researcher* sebesar 6.7, dan untuk peran redaksi dilakukan 2x iterasi dengan hasil akhir sebesar 6.5. Evaluasi menggunakan metode Cognitive Walkthrough dan SEQ menunjukkan peningkatan signifikan dalam efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna.

*Kata Kunci: SurveyAsia, User centered design, UIUX, Figma, SEQ*

## **ABSTRACT**

### **REDESIGN OF THE UI/UX DESIGN FOR THE SURVEYASIA WEBSITE USING USER-CENTERED DESIGN**

**By**

***Dwi Putri Oktaviani***

*SurveyAsia is an online platform designed to assist academics in creating responsive and interactive surveys. Currently, the development of the SurveyAsia website is still ongoing due to the low number of users, which is attributed to the lack of attractive features and an unengaging interface. Therefore, this research aims to redesign the UI/UX design of the SurveyAsia website to increase user interest and engagement through several efforts, including redesigning the QOTD respondent feature, providing free packages for researchers, and granting access to the editorial team to manage the VIKAsia feature. This research employs the user-centered design method, focusing on user needs to improve efficiency, effectiveness, and learnability. Usability testing was conducted on 9 research subjects with the roles of respondents, researchers, and editors using the cognitive walkthrough method. From the evaluation, respondents achieved 100% effectiveness, 100% efficiency, and 91% learnability. Researchers achieved 80% effectiveness, 72% efficiency, and 88% learnability. The editorial team achieved 88% effectiveness, 94% efficiency, and 88% learnability. Furthermore, the results of testing using a single ease question showed a score of 6.8 for respondents, 6.7 for researchers, and 6.5 for the editorial team after two iterations. Evaluation using the Cognitive Walkthrough and SEQ methods showed a significant improvement in user effectiveness, efficiency, and Learnability.*

*Keywords: SurveyAsia, User centered design, UIUX, Figma, SEQ*

Judul Skripsi

**PERANCANGAN ULANG UI/UX DESIGN  
WEBSITE SURVEYASIA MENGGUNAKAN  
METODE USER CENTERED DESIGN**

Nama Mahasiswa

**Dwi Putri Oktaviani**

Nomor Pokok Mahasiswa

**2055061015**

Program Studi

**Teknik Informatika**

Jurusan

**Teknik Elektro**

Fakultas

**Teknik**

**MENYETUJUI**

1. **Komisi Pembimbing**

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

**Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T., M.T., IPM.**  
NIP 19720316 199903 2 002

**Ir. Trisya Septiana, S.T., M.T., IPM.**  
NIP 19900921 201903 2 025

2. **Mengetahui**

Ketua Jurusan  
Teknik Elektro

Ketua Program Studi  
Teknik Informatika

**Herlinawati, S.T., M.T.**  
NIP 19710314 199903 2 001

**Yessi Mulyani, S.T., M.T.**  
NIP 19731226 20001 2001



**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T., M.T., IPM.**

Sekretaris : **Ir. Trisya Septiana, S.T., M.T., IPM.**

Penguji : **Ir. Meizano Ardhi Muhammad, S.T., M.T. IPM**

2. Dekan Fakultas Teknik

**Dr. Eng. Ir. Helmy Fitriawan, S.T., M.Sc.**

NIP. 19750928 2001121 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Agustus 2024



*[Handwritten signatures in black ink, including the signature of the Dean and other officials.]*



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Perancangan Ulang UI/UX Design Website SurveyAsia Menggunakan Metode User Centered Design” dibuat oleh saya sendiri. Semua hasil yang tertuang dalam skripsi ini telah mengikuti kaidah penulisan karya ilmiah Universitas Lampung. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan salinan atau dibuat oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan hukum atau akademik yang berlaku.

Bandar Lampung, 20 Agustus 2024

Pembuat pernyataan,



Dwi Putri Oktaviani

NPM. 2055061015

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Cilegon, pada tanggal 2 Oktober 2001. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Budi Mulyono dan Ibu Maesaroh. Penulis menyelesaikan pendidikannya di SD Islam Al-azhar 10 Serang pada tahun 2014, Smp Negeri 14 Kota Serang pada tahun 2017, dan SMA negeri 3 Kota Serang pada tahun 2020. Pada Tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Teknik Informatika, Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa, penulis melakukan beberapa kegiatan, antara lain:

1. Menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Teknik Elektro Universitas Lampung, Departemen Komunikasi dan Informasi, Divisi Hubungan Masyarakat periode 2021.
2. Menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Teknik Elektro Universitas Lampung, Departemen Pengembangan Keteknikan, Divisi Penelitian dan Pengembangan periode 2022
3. Menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Banten Universitas Lampung periode 2022
4. Melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Desa Campang Jaya, Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung pada bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023.
5. Mengikuti program Studi Independen Kampus Merdeka dari Kementrian Pendidikan dan Budaya dengan mengambil UI/UX Design di Zenius pada tahun 2022.
6. Mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka dari Kementrian Pendidikan dan Budaya sebagai UI/UX Design di PT. Citi Asia Internasional Indonesia pada tahun 2023
7. Mengikuti Magang dari Eduwork sebagai UI/UX Design pada tahun 2023

## **MOTTO**

"Jika kamu tidak sanggup menahan lelahnya belajar maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan"

**- Imam Syafi'i.**

"Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."

**(Surat Al-Anfal ayat 46)**

"Tidak usah takut gagal. Bekerjalah semaksimal mungkin dan percayalah semua jerih payah akan kita akan diperhitungkan oleh Tuhan"

**- Marry Riana**



## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Ku persembahkan karya ini kepada:

Kedua Orang Tua

Yang senantiasa selalu memberikan yang terbaik, mengorbankan begitu banyak hal dan melantunkan doa yang tak henti-hentinya untukku.

Kuucapkan terimakasih sebesar-besarnya karena telah mendidik dan membesarkan dengan kasih sayang dan kebahagiaan yang akan selalu aku syukuri seumur hidupku. Terima kasih atas segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang tak terhingga.

Kakakku

Untuk Kakakku yang selalu ada, terima kasih telah menjadi pendengar yang sabar, motivator yang hebat, dan sosok kakak yang luar biasa. Tanpa dukunganmu, aku tidak akan bisa sampai di titik ini

Diriku sendiri yang telah berjuang sampai akhir. Terima Kasih telah bertjuang keras melewati segala rintangan. Terima kasih atas setiap tetes keringat dan air mata yang tumpah. Ini adalah bukti bahwa aku mampu mencapai apa yang kuinginkan. Selamat, diriku! Masa depan yang cerah menanti.

## SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Perancangan Ulang UI/UX *Design Website SurveyAsia* menggunakan Metode *User Centered Design*”. Dalam pelaksanaan dan pembuatan Skripsi penulis menerima dukungan baik secara moral maupun materil yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Pintu surgaku ibunda Maesaroh. Beliau memang tidak sempat mencapai bangku perkuliahan namun mampu mendidik penulis, Terima kasih atas atas pengorbanan dan kasih sayang tiada akhir dan mengingatkan penulis untuk bangkit dalam menyelesaikan penelitian ini;
2. Cinta Pertama dan panutanku, Almarhum Budi Mulyono yang paling saya rindukan. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat berjuang meraih Sarjana. Karya kecil ini kupersembahkan, Semoga Ayah bangga di sana;
3. Kepada saudara perempuan hebat saya, Riskawati, Maudy Fitri Liani, Terimakasih atas segala do’a dan dukungan yang telah diberikan selama perkuliahan ini;
4. Bapak Dr. Eng. Helmy Fitriawan, S.T., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Lampung;
5. Ibu Herlinawati, S.T., M.T., selaku Ketua Jurusan Teknik Elektro Universitas Lampung;
6. Ibu Yessi Mulyani, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Lampung dan telah membantu proses kelancaran pengerjaan penelitian;
7. Bapak Wahyu Eko Sulistiono, S.T., M.Sc., selaku Pembimbing Akademik penelitian yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan dukungan selama perkuliahan disetiap semester.

8. Ibu Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T., M.T., IPM., selaku Pembimbing Utama yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan dukungan serta memudahkan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini;
9. Ibu Ir. Trisya Septiana, S.T., M.T., IPM., selaku Pembimbing Pendamping yang selalu memberikan dukungan serta bimbingan agar menjadi lebih baik;
10. Bapak Meizano Ardhi Muhammad, S.T., M.T., selaku Penguji dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak saran dan masukan terhadap penelitian ini serta memberikan dukungan serta arahan agar penulis menjadi lebih baik dalam perkuliahan;
11. Mbak Rika selaku Admin Program Studi Teknik Informatika yang telah banyak membantu penulis dalam segala urusan administrasi selama perkuliahan;
12. Setyaningrum, Andin Aprila Sari, Ikagami Putri, terima kasih atas segala kerja kerasnya dan selalu membantu serta menemani penulis;
13. Zeri Nurtilia, Maylan anggi Pupita, sosok teman penulis semasa kuliah yang selalu menemani, mendengarkan serta berjuang bersama dalam masa pengerjaan skripsi, terima kasih banyak.

Bandar Lampung, 20 Agustus 2024  
Pembuat pernyataan,

Dwi Putri Oktaviani  
NPM. 2055061015



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	<b>xiii</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>xv</b>
DAFTAR TABEL .....	<b>xviii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 <i>SurveyAsia</i> .....	5
2.2 <i>User interface</i> .....	10
2.3 <i>User experience</i> .....	11
2.4 <i>User Centered Design</i> .....	13
2.5 <i>Cognitive walkthrough</i> .....	15
2.6 <i>Single ease question (SEQ)</i> .....	16
2.7 Penelitian Terkait.....	17
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	19
3.2 Alat dan Bahan Penelitian .....	20
3.2.1 Alat Penelitian.....	20
3.2.2 Bahan Penelitian .....	20
3.3 Tahapan Penelitian .....	20
3.3.1 Tahap 1 <i>User Centered Design : Specify The Context Of Use</i> .....	22
3.3.1.1 Survei .....	23
3.3.1.2 <i>Pain point</i> .....	31
3.3.1.3 Ide Solusi.....	31
3.3.2 Tahap 2 <i>User Centered Design : Specify User Requirement</i> .....	32

3.3.2.1	<i>User persona</i> .....	33
3.3.2.2	<i>User journey</i> .....	37
3.3.2.3	<i>Use case Diagram</i> .....	44
3.3.2.4	<i>Activity diagram</i> .....	44
3.3.3	Tahap 3 <i>User Centered Design</i> :Produce <i>Design Solution</i> .....	44
3.3.3.1	<i>Low-fidelity</i> atau <i>Sketsa Mock-Up</i> .....	44
3.3.3.2	<i>High Fidelity</i> .....	45
3.3.3.3	<i>Prototype</i> .....	45
3.3.4	Tahap 4 <i>User Centered Design</i> : <i>Evaluate Design</i> .....	45
3.3.4.1	Menentukan Objek Penelitian .....	45
3.3.4.2	Menyusun Tugas .....	46
3.3.4.3	Melakukan Pengujian .....	46
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	<b>48</b>
4.1	Tahap 2: <i>Specify User Requirement</i> .....	48
4.2.1	<i>Use case Diagram</i> .....	48
4.2.2	<i>Activity diagram</i> .....	49
4.2	Tahap 3 <i>User Centered Design</i> :Produce <i>Design Solution</i> .....	57
4.3.1	<i>Low-fidelity</i> Atau <i>Sketsa Mock-Up</i> .....	57
4.3.2	<i>High Fidelity</i> .....	66
3.3.4	<i>Prototype</i> .....	81
4.3	Tahap 4 <i>User Centered Design</i> : <i>Evaluate Design</i> .....	84
4.3.1	Menentukan Subjek Penelitian.....	84
4.3.2	Menyusun Tugas .....	85
4.3.3	Melakukan Pengujian .....	87
4.3.3.1	<i>Cognitive walkthrough</i> .....	87
4.3.3.2	<i>Single ease question</i> .....	97
V.	KESIMPULAN .....	<b>101</b>
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
	DAFTAR PUSTAKA .....	<b>103</b>
	LAMPIRAN .....	<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Diagram SurveyAsia</i> .....	6
Gambar 2.2 Tampilan <i>Home</i> Responden .....	6
Gambar 2.3 <i>Use case</i> Responden .....	7
Gambar 2.4 <i>Diagram</i> Alur QOTD .....	8
Gambar 2.5 <i>Diagram</i> Alur Tukar <i>Point</i> .....	9
Gambar 2.6 <i>Use case</i> VIKAsia .....	10
Gambar 2.7 <i>Five elements</i> <i>User experience</i> .....	12
Gambar 2.8 Metode <i>User Centered Design</i> .....	14
Gambar 2.9 Skala <i>Single ease question</i> .....	16
Gambar 3.1 Tahapan penelitian .....	21
Gambar 3.2 Hasil Kuisisioner 1 .....	23
Gambar 3.3 Hasil Kuisisioner 2 .....	24
Gambar 3.4 Hasil Kuisisioner 3 .....	24
Gambar 3.5 Hasil Kuisisioner 4 .....	25
Gambar 3.6 Hasil Kuisisioner 5 .....	25
Gambar 3.7 Hasil Kuisisioner 6 .....	26
Gambar 3.8 Hasil Kuisisioner 7 .....	26
Gambar 3.9 Hasil Kuisisioner 8 .....	27
Gambar 3.10 Hasil Kuisisioner 9 .....	27
Gambar 3.11 Hasil Kuisisioner 10 .....	28
Gambar 3.12 Hasil Kuisisioner 11 .....	28
Gambar 3.13 Hasil Kuisisioner 12 .....	29
Gambar 3.14 Hasil Kuisisioner 13 .....	29
Gambar 3.15 Hasil Kuisisioner 14 .....	30
Gambar 3.16 Hasil Kuisisioner 15 .....	30
Gambar 3.17 Pain point.....	31
Gambar 3.18 User persona Redaksi .....	34
Gambar 3.19 User persona researcher.....	35
Gambar 3.20 User persona Responden .....	36
Gambar 3.21 User journey Redaksi .....	38
Gambar 3.22 User journey Researcher.....	40
Gambar 3.23 User Journey Peran Responden .....	42
Gambar 3.24 Evaluasi Cognitive walkthrough .....	46
Gambar 4.1 Use case diagram.....	48
Gambar 4.2 Activity diagram Login .....	49



Gambar 4.3 Membuat Survei researcher.....	50
Gambar 4.4 Activity diagram Melihat report Survey researcher.....	51
Gambar 4.5 Activity diagram bikin konten redaksi.....	53
Gambar 4.6 Activity diagram request survey redaksi.....	54
Gambar 4.7 Activity diagram Mengerjakan Survei Responden.....	55
Gambar 4.8 Activity diagram Menukar Point Responden.....	56
Gambar 4.9 Low-fidelity Login.....	57
Gambar 4.10 Low-fidelity Pilih Role.....	57
Gambar 4.11 Low-fidelity Dashboard Researcher.....	58
Gambar 4.12 Low-fidelity Buat Survey Researcher.....	58
Gambar 4.13 Low-fidelity Buat Survei Researcher.....	59
Gambar 4.14 Low-fidelity Review Survei Researcher.....	59
Gambar 4.15 Low-fidelity pembayaran survey Researcher.....	60
Gambar 4.16 Low-fidelity geotagging Researcher.....	60
Gambar 4.17 Low-fidelity Hasil Survey Researcher.....	61
Gambar 4.18 Low-fidelity Dashboard Responden.....	61
Gambar 4.19 Low-fidelity survey Responden.....	62
Gambar 4.20 Low-fidelity detail survey Responden.....	62
Gambar 4.21 Low-fidelity mengerjakan survey Responden.....	63
Gambar 4.22 Low-fidelity tukar point Responden.....	63
Gambar 4.23 Low-fidelity Dashboard Redaksi.....	64
Gambar 4.24 Low-fidelity survey Redaksi.....	64
Gambar 4.25 Low-fidelity pengguna Redaksi.....	65
Gambar 4.26 Low-fidelity VIKAsia Redaksi.....	65
Gambar 4.27 Low-fidelity buat konten Redaksi.....	66
Gambar 4.28 Design system.....	67
Gambar 4.29 High-fidelity sebelum redesign Dashboard Researcher.....	67
Gambar 4.30 High-fidelity sesudah redesign Dashboard Researcher.....	68
Gambar 4.31 High-fidelity buat survei.....	68
Gambar 4.32 High-fidelity Sebelum redesign form builder.....	69
Gambar 4.33 High-fidelity sesudah redesign form builder.....	69
Gambar 4.34 High-fidelity Sebelum redesign Review survei.....	70
Gambar 4.35 High-fidelity sesudah redesign Review survei.....	70
Gambar 4.36 High-fidelity sebelum redesign pembayaran survei.....	71
Gambar 4.37 High-fidelity sesudah redesign pembayaran survei.....	71
Gambar 4.38 High-fidelity Geotagging.....	72
Gambar 4.39 High-fidelity hasil analisis.....	73
Gambar 4.40 High-fidelity Sebelum redesign Homepage responden.....	73
Gambar 4.41 High-fidelity sesudah redesign Homepage responden.....	74
Gambar 4.42 Menu survei.....	74
Gambar 4.43 Deskripsi survei.....	75
Gambar 4.44 Mengerjakan Survei.....	75

Gambar 4.45 Tukar Point .....	76
Gambar 4.46 High-fidelity Dashboard Redaksi .....	76
Gambar 4.47 High-fidelity menu Konten VIKAsia .....	77
Gambar 4.48 Membuat Konten VIKAsia.....	78
Gambar 4.49 High-fidelity Hasil Konten VIKAsia .....	79
Gambar 4.50 High-fidelity User.....	80
Gambar 4.51 High-fidelity Survei.....	80
Gambar 4.52 Prototype Researcher.....	81
Gambar 4.53 Prototype Responden.....	82
Gambar 4.54 Prototype Redaksi.....	83
Gambar 4.55 Diagram Pengujian keberhasilan responden .....	88
Gambar 4.56 Hasil Pengujian Effectiveness responden.....	89
Gambar 4.57 Hasil Pengujian Efficiency responden.....	89
Gambar 4.58 Hasil Pengujian Learnability responden.....	90
Gambar 4.59 Diagram Pengujian keberhasilan researcher .....	91
Gambar 4.60 Hasil Pengujian Effectiveness researcher.....	92
Gambar 4.61 Hasil Pengujian Efficiency researcher.....	92
Gambar 4.62 Hasil Pengujian Learnability .....	93
Gambar 4.63 Diagram Pengujian keberhasilan redaksi .....	95
Gambar 4.64 Hasil Pengujian Effectiveness redaksi .....	95
Gambar 4.65 Hasil Pengujian Efficiency redaksi .....	96
Gambar 4.66 Hasil Pengujian Learnability .....	96
Gambar 4.67 Grafik hasil pengujian responden.....	98
Gambar 4.68 Grafik hasil pengujian researcher.....	99
Gambar 4.69 Grafik hasil pengujian kedua redaksi .....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Waktu Penelitian .....	19
Tabel 3 2 Ide Solusi.....	31
Tabel 4 7 Menentukan Responden.....	85
Tabel 4 8 Menyusun Tugas Peran Responden .....	86
Tabel 4 9 Menyusun Tugas <i>Researcher</i> .....	86
Tabel 4 10 Menyusun Tugas Peran Redaksi .....	86
Tabel 4 11 Pengujian <i>Cognitive walkthrough</i> Responden .....	87
Tabel 4 12 Pengujian <i>Effectiveness</i> responden.....	88
Tabel 4 13 Tabel pengujian <i>Learnability</i> responden.....	90
Tabel 4 14 Pengujian <i>Cognitive walkthrough researcher</i> .....	90
Tabel 4 15 Pengujian <i>Effectiveness researcher</i> .....	91
Tabel 4 16 Tabel pengujian <i>Learnability</i> .....	93
Tabel 4 17 Pengujian <i>Cognitive walkthrough</i> redaksi .....	94
Tabel 4 18 Pengujian <i>Effectiveness researcher</i> redaksi .....	94
Tabel 4 19 Tabel pengujian <i>Learnability</i> .....	96
Tabel 4 20 Pengujian <i>Single ease question</i> responden.....	97
Tabel 4 21 Hasil Pengujian <i>Single ease question</i> responden .....	97
Tabel 4 22 Pengujian <i>Single ease question researcher</i> .....	98
Tabel 4 23 Hasil Pengujian <i>Single ease question researcher</i> .....	99
Tabel 4 24 Pengujian <i>Single ease question</i> redaksi.....	100
Tabel 4 25 Hasil Pengujian <i>Single ease question</i> redaksi .....	100



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Meningkatnya intensitas aktivitas masyarakat dalam kesehariannya di era yang serba cepat saat ini telah mengakibatkan meningkatnya kebutuhan akan penelitian di kalangan akademisi, dosen, pebisnis, lembaga, dan lembaga. Melakukan penelitian menjadi komponen penting dalam mengumpulkan informasi yang dapat diandalkan. Keterbatasan waktu dan ruang masih mempengaruhi proses belajar saat ini. Akibatnya, diperlukan sistem yang dapat memfasilitasi penelitian dan memberikan jawaban yang sederhana dan tepat bagi para peneliti.

PT Citiasia Inc. merupakan perusahaan konsultan terdepan yang berfokus pada penyediaan layanan digital profesional untuk sektor publik dan swasta. Perusahaan ini membantu masyarakat dan pemerintah di kota dan kabupaten dalam mewujudkan konsep *Smart City*. Selain itu, perusahaan ini melakukan penelitian sosial dan politik, penelitian teknologi dan perangkat, dan riset pemasaran berbasis digital, yang semuanya diawasi oleh divisi *Engineering Groups*. PT Citiasia Inc. sedang mengerjakan proyek bernama *SurveyAsia* untuk membuat *platform* survei *online*. [1]

*SurveyAsia* adalah *platform online* yang membantu akademisi membuat survei yang responsif dan interaktif. Ini dilakukan dengan menawarkan berbagai template, jenis pertanyaan, dan jawaban, serta dengan merampingkan pemrosesan analisis data. Keunggulan dari situs web *SurveyAsia* adalah pengguna dapat memilih peran sebagai peneliti untuk melaksanakan riset atau sebagai Responden untuk memberikan tanggapan serta sebagai redaksi untuk membuat konten pada VIKAsia.

Saat ini, pengembangan web *SurveyAsia* masih berlangsung. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengguna yang memanfaatkan web *SurveyAsia*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan *Cognitive walkthrough* untuk mengevaluasi kemajuan *SurveyAsia* sambil mengawasi pengguna. Penelitian ini melakukan pengembangan

desain web *SurveyAsia* agar lebih menarik bagi pengguna, termasuk Responden dan *researcher*. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan minat dan keterlibatan pengguna dengan situs web ini. Studi ini juga bermaksud untuk meningkatkan layanan yang sudah ada, seperti *Question of the day (QOTD)*, yang berfungsi untuk menyaring survei agar sesuai dengan preferensi Responden. Penelitian ini juga menciptakan fitur baru, yaitu Redaksi, redaksi berperan penting sebagai pencipta konten dalam VIKAsia seperti pembuat artikel berita, membuat event acara dan membuat video untuk konten edukatif. Redaksi menggunakan data *researcher* secara maksimal, baik membuat artikel berita, membuat acara event, maupun video edukatif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah tentang bagaimana membuat antarmuka dan pengalaman pengguna pada Web *SurveyAsia* menggunakan *metode user centered design* untuk menarik pengguna dalam menggunakan Web *SurveyAsia*

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rancangan Web *SurveyAsia* masih bersifat *High fidelity Prototype* dan belum dikembangkan dalam bentuk sistem yang nyata.
2. Rancangan web *SurveyAsia* dikembangkan berdasarkan kebutuhan PT Citi Asia Internasional pada fitur pembelian paket survei dan penambahan peran baru untuk redaksi.

## **1.4 Tujuan**

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Merancang UI/UX pada fitur *VIKAsia* yang dapat dikelola oleh Redaksi.
2. Merancang UI/UX web *SurveyAsia* agar *researcher* bisa menggunakan survei tanpa membeli paket terlebih dahulu.
3. Merancang UI/UX web *SurveyAsia* agar Redaksi dapat memanfaatkan hasil survei dari *researcher*

4. Mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna dari perancangan UI/UX Web *SurveyAsia* menggunakan evaluasi metode *Cognitive walkthrough* dan final kuesioner *Single ease question*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Tiga faktor berkontribusi terhadap manfaat penelitian ini: manfaat aplikatif, manfaat keilmuan, dan manfaat *institutional*. Berikut ini adalah beberapa manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat Aplikatif

Dengan dihasilkannya rancangan UI/UX Web *SurveyAsia* meningkatkan produktivitas dan efektivitas pemrosesan data dan proses pencarian survei. bagi seluruh masyarakat Indonesia.

2. Manfaat Keilmuan

Berkontribusi terhadap team terkait perancangan UI/UX untuk mengoptimalkan proses mencari dan mengolah data survei

3. Manfaat Institusi.

*Team Production* Internship PT. Citi Asia Internasional turut berkontribusi terhadap produk perancangan survei *online* pada web *SurveyAsia*.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulis menggunakan sistematika berikut untuk memberikan ringkasan laporan akhir yang telah selesai:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Latar belakang, rumusan masalah, keterbatasan masalah, tujuan, keunggulan penelitian, dan sistematika penulisan semuanya termasuk dalam bab ini.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini memuat penjelasan secara garis besar tentang dasar teori yang berkaitan dalam yaitu tentang *SurveyAsia* , *User interface*, *User Experience*, *User centered design*, *Cognitive walkthrough* dan *Single ease question*.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat waktu dan tempat penelitian, alat dan bahan, serta tahapan penelitian. Metode yang digunakan adalah *User Centered Design* dengan tahapan *specify the context of use*, *Specify user requirement*, *design solution*, dan *evaluate design*.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Bab ini memuat rancangan desain web *SurveyAsia* berdasarkan riset yang telah dilakukan. Bab ini terdiri dari tiga tahapan dalam metode *User Centered Design*, pertama tahapan *Specify User Requirement* mencakup *use case* dan *activity diagram*, kedua tahapan *produce design solution* mencakup desain *low-fidelity*, *high-fidelity*, dan *prototipe*, serta tahapan *Evaluate Design* menyajikan hasil evaluasi terhadap subjek penelitian menggunakan metode *cognitive walkthrough* dan *single ease question*.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini memuat kesimpulan dari kegiatan pada penelitian ini serta saran-saran mengenai perbaikan dan pengembangan lebih lanjut juga terdapat di bab ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

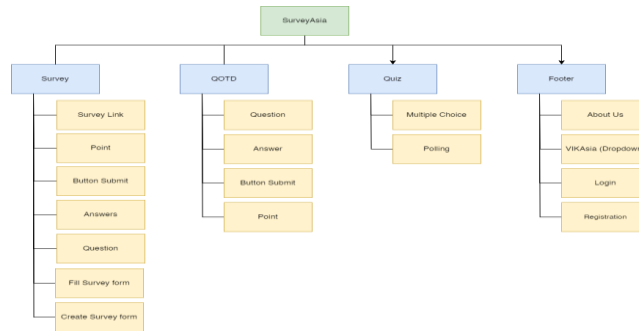
## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *SurveyAsia*

Situs web bernama *SurveyAsia* adalah sebuah web yang dapat membuat survei dengan menampilkan desain yang menarik dan interaktif. Web ini mudah digunakan oleh pengguna *researcher* dan dapat digunakan untuk menemukan responden dan mendapatkan data, pada web yang dibuat terdapat *Researcher* dan Responden. *Researcher* adalah pengguna yang membuat survei, sedangkan Responden adalah pengguna lain dari *SurveyAsia* yang mengisi survei. *SurveyAsia* tidak hanya dapat digunakan untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan data, tetapi juga dapat digunakan untuk menentukan nilai suatu produk. [1]

Secara Umum, *SurveyAsia* adalah *platform* yang memfasilitasi penemuan responden untuk para peneliti. PT Citiasia Internasional berkomitmen untuk meningkatkan *platform SurveyAsia* secara berkelanjutan dengan menambahkan fitur-fitur canggih yang tidak tersedia di *platform* survei lain, sehingga mengoptimalkan pengalaman pengguna. [2]

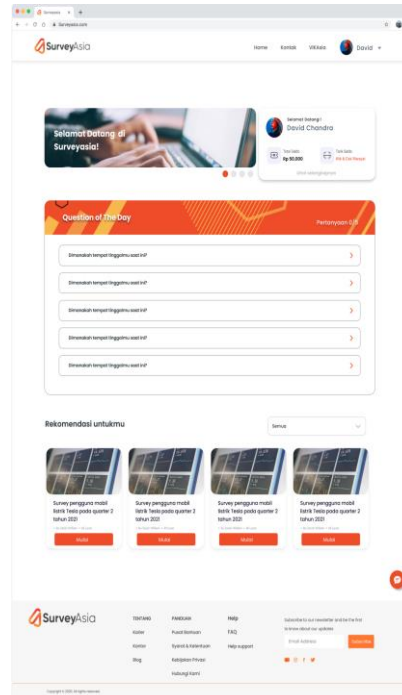
Penelitian ini merupakan kelanjutan dari proyek magang yang telah peneliti lakukan selama 5 bulan di PT Citiasia Internasional. Selama masa magang, peneliti melakukan *redesign* dan menambah fitur pada aplikasi *mobile SurveyAsia*, serta memberikan bantuan kepada rekan-rekan dalam pengembangan pada web *SurveyAsia*. Halaman yang di lakukan *redesign* pada web *SurveyAsia* yang dilakukan bersama *team production* terlampirkan pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1 Diagram SurveyAsia

Selama proses pengerjaan berlangsung peneliti melakukan beberapa *redesign* serta penambahan fitur pada *web*, tetapi pada penelitian ini memfokuskan pada "Responden" dengan melakukan *redesign* dan menambahkan fitur baru seperti QOTD. Selanjutnya di tampilkan dan di jelaskan halaman yang sudah di *redesign* sebelumnya untuk di *redesign* pada penelitian ini.

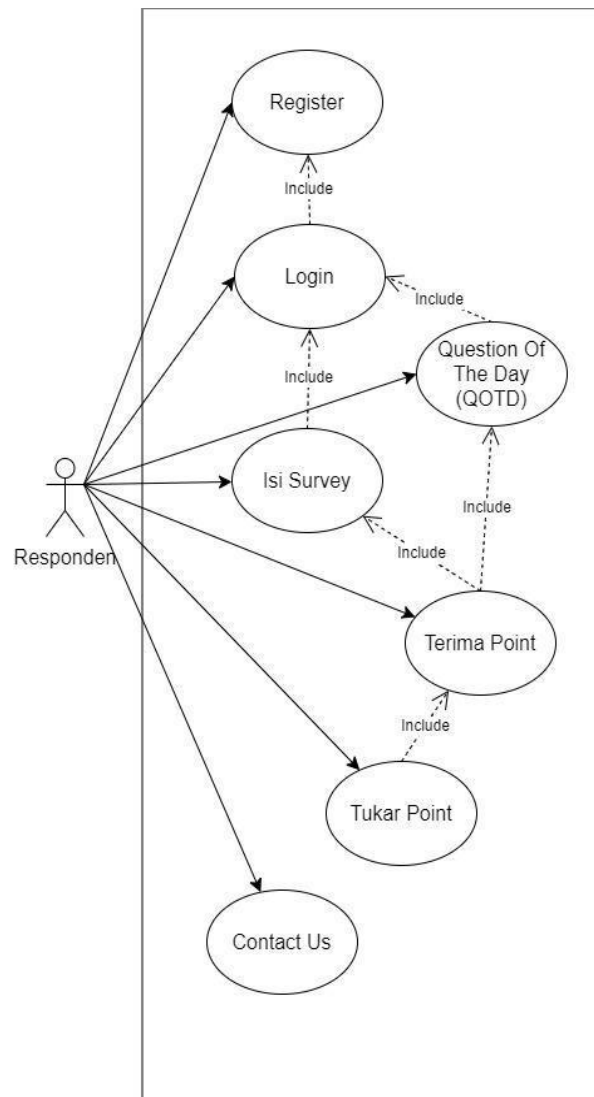
#### A. Tampilan *Home* Responden



Gambar 2.2 Tampilan *Home* Responden

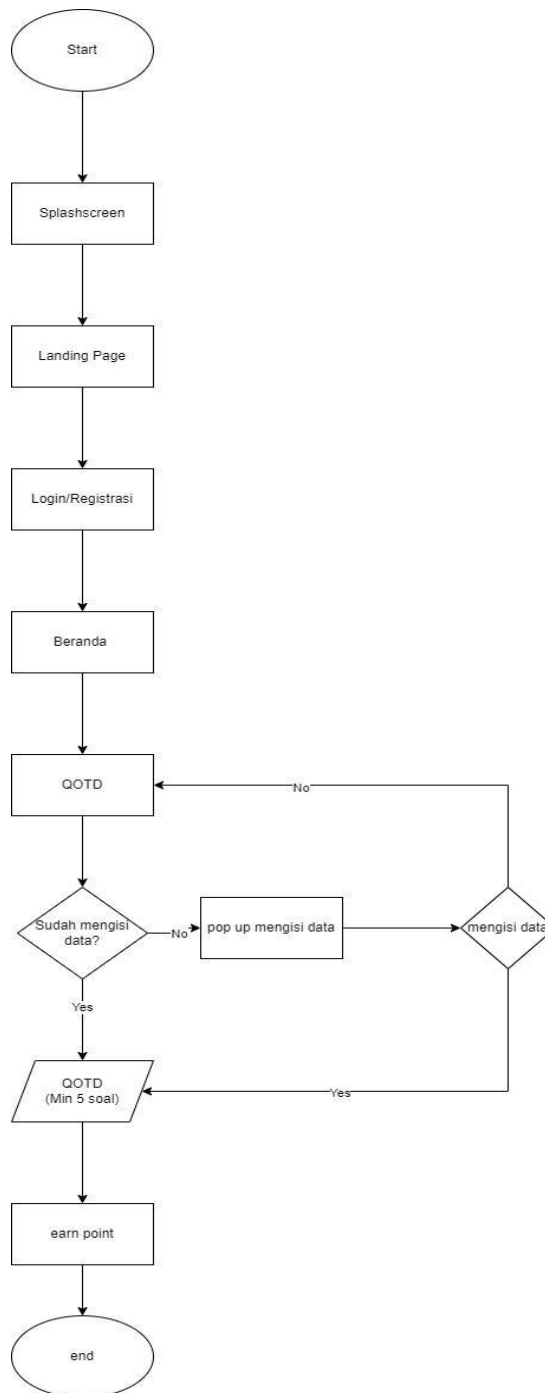


Pada gambar 2.2 menampilkan halaman responden, alur kasus penggunaan untuk Responden pada halaman beranda sebagaimana tertera pada gambar 2.3 sebagai berikut:



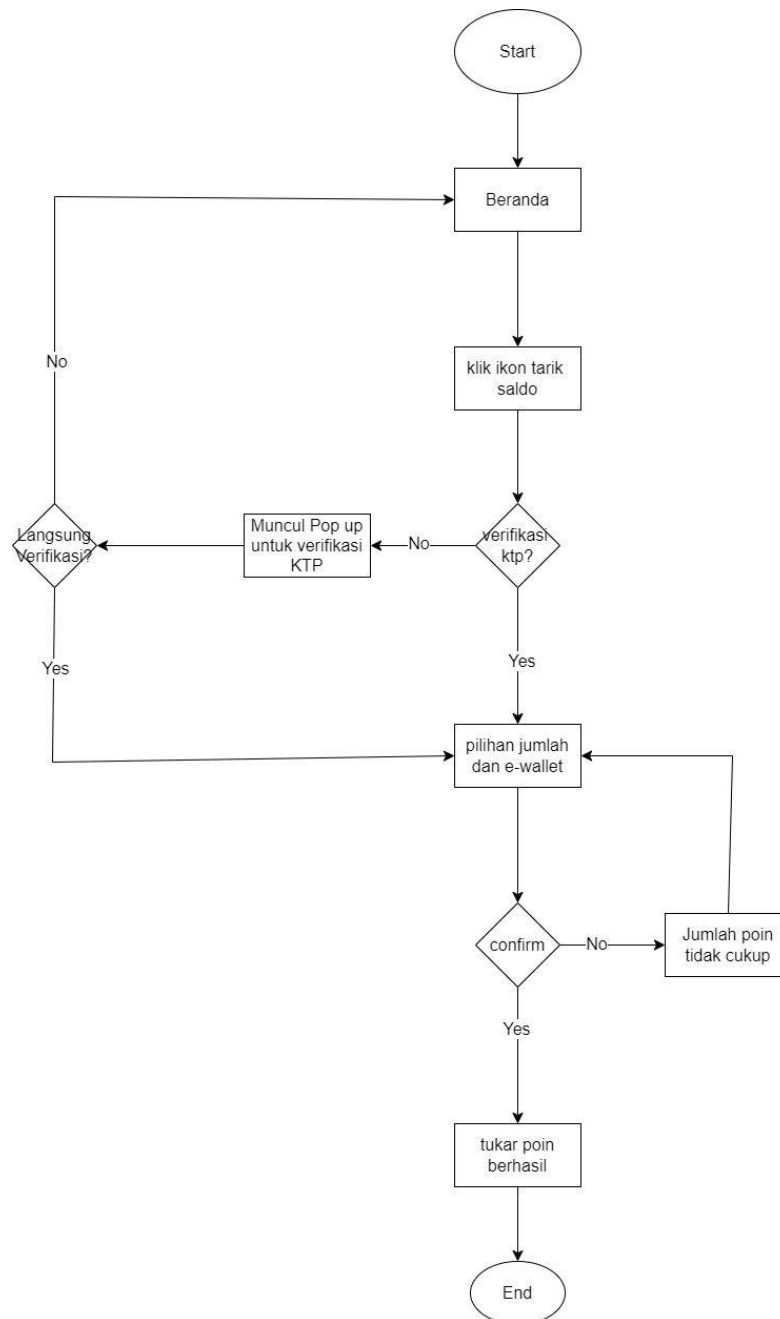
Gambar 2.3 Use case Responden

Gambar 2.3 menunjukkan salah satu fitur yang di kembangkan pada *home* Responden ialah QOTD, pada QOTD dapat menjadi fitur mengumpulkan *behavior* dari pengguna untuk *integrasi* lanjutan, QOTD bersifat dapat diisi oleh *user* setiap harinya untuk mendapatkan *reward* berupa *poin*. Fitur QOTD ini dikelola oleh *admin* yang membuat pertanyaan singkat yang menarik di QOTD.



Gambar 2.4 Diagram Alur QOTD

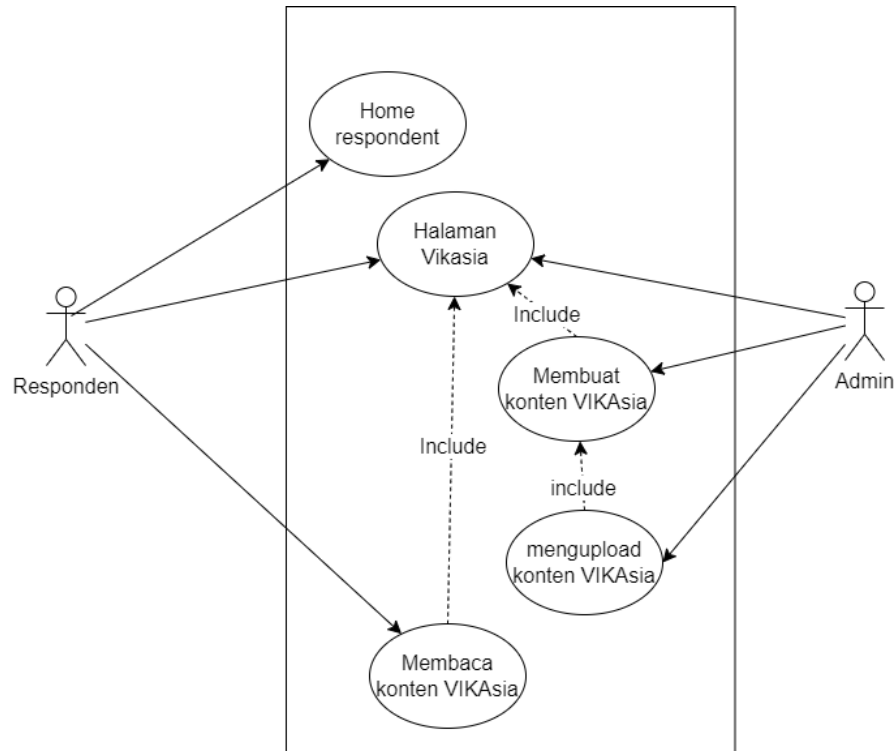
Gambar 2.4 menunjukkan fitur yang dikembangkan adalah tukar *point*, fitur tukar *point* dapat diakses oleh pengguna jika sudah melakukan *verifikasi KTP*. Jika saat melakukan tukar *point* pengguna belum melakukan *verifikasi KTP* maka pengguna diarahkan untuk melakukan *verifikasi KTP* seperti pada gambar 2.5:



Gambar 2.5 Diagram Alur Tukar Point

## B. VIKAsia

*VIKAsia* merupakan suatu fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dalam menyajikan informasi berita terkini yang telah melalui tahap verifikasi dan analisis mendalam, serta dapat diakses secara *real-time* dan praktis, sebagaimana terlihat pada *ilustrasi* di gambar 2.6.



Gambar 2.6 Use case VIKAsia

## 2.2 User interface

*User interface* (UI) berasal dari kata pengguna dan antarmuka. UI adalah titik interaksi antara pengguna dengan sistem atau produk. UI menampilkan informasi dan pengguna dapat berinteraksi dengan sistem atau produk. Antarmuka pengguna menghubungkan pengguna ke sistem dan bertindak sebagai representasi visual dari media atau produk. Membangun keterlibatan pengguna merupakan aspek penting dalam dunia digital, dan di sinilah antarmuka pengguna (UI) memainkan peran yang sangat penting. UI, yang mengacu pada tampilan eksternal yang dilihat pengguna saat berinteraksi dengan situs web, aplikasi, atau media lainnya, memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman pengguna secara keseluruhan. Oleh karena itu UI harus menarik secara visual dan sederhana. Berbagai elemen seperti tata letak, logo, tipografi, ikon, skema warna, dan komponen lainnya harus dirancang dengan cermat untuk menciptakan UI yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah digunakan. Penataan komponen-komponen UI menghasilkan tampilan yang menarik secara visual dan harmonis, sehingga memikat pengguna untuk berinteraksi dengan media.

Namun, estetika saja tidak cukup. UI juga harus mudah digunakan dan menyenangkan bagi pengguna, atau yang dikenal sebagai ramah pengguna *user friendly*. [3]

Antarmuka pengguna (UI) merupakan elemen penting dalam suatu produk, baik perangkat keras maupun perangkat lunak, yang mengatur bagaimana konsumen berinteraksi dengan produk tersebut. Untuk meningkatkan kegunaan produk, desain UI menggabungkan konsep desain interaksi, desain visual, dan infrastruktur informasi. UI dapat dipahami sebagai media interaksi dari pertukaran informasi pada manusia, *smartphone*, dan aplikasi perangkat lunak termasuk caranya berinteraksi dengan aplikasi seluler, proses operasi, dan desain dari visual [4]

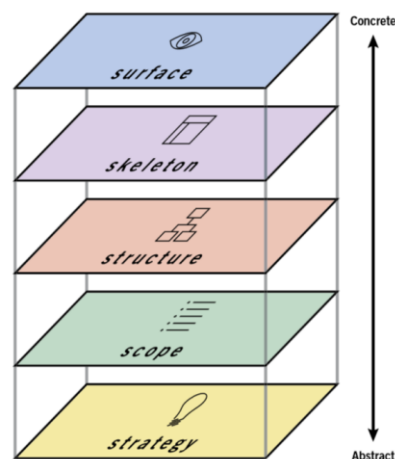
Panduan penting untuk desain antarmuka pengguna oleh Wilbert O. Galitz (2002) menyebutkan beberapa prinsip umum yang harus diikuti untuk merancang antarmuka pengguna (UI) yang efektif. Prinsip-prinsip ini meliputi estetika yang menyenangkan, kejelasan dan kemudahan pemahaman, kelengkapan, kemudahan konfigurasi, konsistensi dan efisiensi, keakraban dan fleksibilitas, responsivitas dan kecepatan tanggap, kesederhanaan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, para desainer dapat menciptakan UI yang efektif dan mudah digunakan yang akan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

### **2.3 User experience**

*User experience* (UX) didefinisikan sebagai persepsi dan respons seseorang yang dihasilkan dari penggunaan atau penggunaan dari suatu produk, sistem, atau layanan. UX mencakup semua aspek interaksi pengguna dengan produk, mulai dari kemudahan penggunaan dan estetika hingga fungsionalitas dan nilai keseluruhan. Tujuan utama desain UX adalah untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pengguna saat berinteraksi dengan dan memperoleh informasi dari media atau produk. Hal ini dicapai melalui desain antarmuka pengguna (UI) yang intuitif, mudah digunakan, dan estetis. UX yang baik tidak hanya mempermudah pengguna, tetapi juga membuat interaksi dengan produk atau media menjadi menyenangkan dan menarik. Kesederhanaan penggunaan yang ditawarkan oleh *User experience* (UX) yang baik dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Sehingga, membuatn UX sama pentingnya

dengan *User interface* (UI). Fungsi pengalaman pengguna yang pertama adalah membuat aplikasi lebih mudah digunakan oleh pengguna dikarenakan melibatkan evaluasi aspek kegunaan. Saat ini, aplikasi dan perangkat lunak harus dirancang agar mudah digunakan. Fungsi pengalaman pengguna berikutnya adalah membuat pengguna tetap terlibat dengan produk/layanan. Produk/layanan yang tidak menarik bagi pengguna dengan cepat ditinggalkan atau tidak digunakan sama sekali. Penerapan pengalaman pengguna dalam produk digital juga bertujuan untuk memenangkan persaingan. Selain itu, produk digital yang ada di dunia semakin beragam dari tahun ke tahun. Untuk memenangkan persaingan produk digital, produk harus menawarkan pengalaman yang menarik bagi semua pengguna.

Dalam membuat keputusan membangun UX yang baik terdapat *metode The Five elements* yakni *Surface*, *Skeleton*, *structure*, dan *scope*. *Surface* yang menentukan seperti apa produk ingin terlihat dalam sisi visual dengan meningkatkan kemampuan kognitif pengguna seperti warna, tipografi, dll. *Skeleton* yang mengoptimasi pengaturan penempatan dari elemen-elemen yang ada seperti *button*, foto, dan teks. *Structure*, yang mendefinisikan bagaimana pengguna menuju halaman yang diinginkan dan dimana bisa kembali ketika sudah memenuhi tujuannya. *Scope*, yang menjelaskan tentang macam-macam fitur dan fungsi dalam produk yang dapat bertaut antara satu sama lain. Strategi yang menggabungkan kebutuhan pengguna serta tujuan dari produk [6] seperti pada gambar 2.7.



Gambar 2.7 Five elements User experience



## 2.4 *User Centered Design*

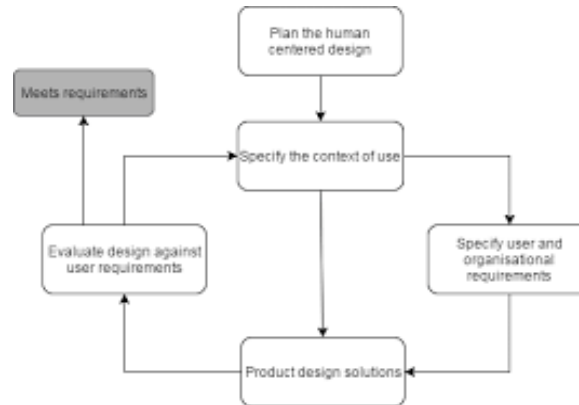
*User Centered Design* (UCD) adalah sebuah metodologi desain iteratif yang berpusat pada pengguna, kebutuhan mereka, dan tujuan mereka. UCD menekankan pentingnya melibatkan pengguna dalam proses desain sejak awal, sehingga produk yang dihasilkan akan mudah digunakan, efektif, dan memuaskan bagi pengguna. Menurut ISO (2019), *user-centered design* (UCD) adalah metode interaktif untuk mengembangkan sistem yang berfokus pada kemudahan penggunaan dan keefektifan bagi pengguna. UCD dimulai dengan memahami kebutuhan dan tujuan pengguna, dan kemudian menggunakan pemahaman ini untuk merancang dan mengembangkan sistem yang memenuhi kebutuhan tersebut.[11]

Perancang UCD mengamati dan mewawancarai pengguna, melakukan evaluasi pasar dan pesaing, serta memanfaatkan semua umpan balik tersebut untuk menetapkan persyaratan produk sebelum proses prototyping dimulai. Sebaliknya dari menunggu validasi pengguna pada tahap akhir produk yang hampir selesai, perancang UCD secara konsisten berinteraksi dengan pengguna perwakilan sepanjang proses. Pengguna melakukan uji coba terhadap berbagai *prototype*, dan perancang melakukan revisi desain pada setiap iterasi. Pada akhirnya, produk disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan situasi pengguna.[7]

Pada *User Centered Design* terdapat 3 Ide utama yaitu: [8]

1. Berfokus pada Pengguna
2. Desain Berpusat pada Tujuan
3. Iterasi dan Pengujian

UCD dapat dipahami sebagai metode desain iteratif yang berfokus pada kebutuhan, tujuan, dan batasan pengguna akhir. UCD menekankan pentingnya melibatkan pengguna dalam proses desain sejak awal, sehingga produk yang dihasilkan mudah digunakan, efektif, dan memuaskan bagi pengguna. Gambar dibawah merupakan tahapan UCD menurut ISO 9241-210:2019 [3].



Gambar 2.8 Metode User Centered Design

Sumber = "ISO 9241-210:2019"

Gambar 2.8 menunjukkan empat fase penting dari desain yang berpusat pada pengguna dibedakan, yang tidak boleh diabaikan [9]:

1. *Specify the context of use*

Dalam langkah ini, dilakukan identifikasi pengguna dan keadaan di mana mereka menggunakan produk. Hal ini penting untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk dan apa yang mereka harapkan dari pengguna.

2. *Specify user and organization requirements*

Tujuan dari langkah ini adalah untuk menentukan apa yang dibutuhkan pengguna produk. pada tahapan ini berisikan kumpulan data sebagai pengguna dari web *SurveyAsia* menggunakan *user persona*, selanjutnya terdapat *user journey* untuk menunjukkan pengalaman pengguna menggunakan web *SurveyAsia*, selanjutnya terdapat *use case diagram* yang dimana *diagram* ini untuk menunjukkan aktivitas pengguna berinteraksi dengan web *SurveyAsia* untuk aktivitas pengguna di buat 3 aktivitas menunjukkan sebagai Responden, *researcher*, dan Redaksi, selanjutnya terdapat *activity diagram* untuk menunjukkan berjalannya web *SurveyAsia* dimulai dari *login* hingga menukarkan poin menjadi uang untuk *user* Responden dan dari *login* hingga mendapatkan hasil survei untuk *researcher* serta menunjukkan action dari halaman Redaksi hingga mengunggah konten Redaksi.

3. *Produce design solution*

Pada tahapan ini merupakan tahap penting dalam proses desain adalah membuat prototipe dan mengujinya dengan calon pengguna. Hal ini dilakukan untuk

menghasilkan solusi dari permasalahan yang didapatkan dari *prototype* yang telah dibuat.

#### 4. *Evaluate design*

Tahapan ini merupakan tahap evaluasi terhadap desain yang dibuat pada langkah sebelumnya untuk melihat apakah desain tersebut sesuai dengan keinginan pengguna. [10]

### **2.5 Cognitive walkthrough**

*Cognitive walkthrough* merupakan salah satu metode dalam pengujian pengguna yang melibatkan peneliti dalam menguraikan tugas yang harus diselesaikan oleh peserta tes dan mengundang mereka untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditentukan. [11] Keuntungan dalam penggunaan *metode Cognitive walkthrough* adalah kemampuannya dalam mengenali masalah-masalah penting terkait *usability* dengan cepat, efisien, dan sederhana ketika terbatasnya sumber daya untuk melakukan pengujian *usability*, karena uji *usability* membutuhkan banyak ahli dalam bidang *usability*, sehingga metode *Cognitive walkthrough* menjadi solusi yang efektif dalam mengatasi keterbatasan tersebut. Suatu web dapat dikatakan *usable* jika fungsi-fungsinya dapat dijalankan secara efektif, efisien, dan *learnability*. [12] Untuk dianggap efektif, nilai minimal yang harus dicapai adalah melebihi 78%, sedangkan untuk efisiensi, nilai minimal yang diperlukan adalah melebihi 50%. [31]

*Cognitive walkthrough* berfokus pada bagaimana pembelajaran dapat dilakukan dengan mudah melalui eksplorasi. Hal ini didasarkan pada gagasan pembelajaran eksplorasi, yang menyatakan bahwa pengguna berusaha menyelesaikan tugas dengan *trial and error*. *Cognitive walkthrough* merupakan metode pengujian pengguna yang berharga untuk menentukan apakah pemahaman mendasar pengguna dan instruksi antarmuka dapat menghasilkan aliran tugas dan tujuan yang sesuai. Metode ini membantu para desainer untuk memahami bagaimana pengguna berpikir dan berinteraksi dengan produk, sehingga mereka dapat mengidentifikasi dan memperbaiki masalah kegunaan. [11]

*Cognitive walkthrough* merupakan analogi faktor manusia dari pemeriksaan kognitif. Ini difokuskan pada aspek manusia dari sistem manusia-komputer. Secara ringkas, unsur-unsur dari pemeriksaan kognitif adalah sebagai berikut: [14]

1. Sistem target dapat diselidiki ketika masih dalam tahap desain konseptual; *prototype* yang berfungsi tidaklah diperlukan.
2. Peneliti memilih skenario tertentu (urutan peristiwa) yang seharusnya dapat ditangani oleh sistem.
3. Peneliti menentukan bagaimana sistem manusia-komputer seharusnya merespons terhadap skenario tersebut. Menggunakan lebih dari satu respons yang benar.
4. Peneliti memusatkan perhatian pada setiap titik dalam skenario di mana operator harus memutuskan tindakan yang benar untuk diambil. Peneliti bertanya apakah operator hipotetis dapat membuat keputusan yang benar, dan jika iya, bagaimana; dan jika tidak, mengapa tidak?

## 2.6 *Single ease question* (SEQ)

*Single ease question* (SEQ) merupakan salah satu teknik pengujian yang populer digunakan untuk mengukur seberapa mudah pengguna setelah menyelesaikan tugas yang diberikan. Penilaian SEQ dilakukan untuk mengetahui tingkat kegunaan suatu produk [19]. pada pengujian SEQ melakukan pengujian rancangan desain selanjutnya dilakukan pengukuran pengguna untuk mengukur kinerja web [20]. *SurveyAsia* dapat dikatakan mudah digunakan jika mendapatkan hasil evaluasi *single ease question* dengan nilai melebihi 5.5 [30]. SEQ terdiri dari beberapa pertanyaan dengan skala Likert mulai dari 1 hingga 7 berdasarkan opsi berikut: sangat sulit, sulit, sulit, sulit, dan sangat sulit[14] seperti pada gambar 2.9.

Overall, how difficult or easy did you find this task?

Very Difficult							Very Easy
1	2	3	4	5	6	7	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar 2.9 Skala *Single ease question*

Sumber=" Handbook of Systems Engineering and Management"

## 2.7 Penelitian Terkait

Terdapat beberapa penelitian terkait yang bisa dijadikan sebagai rujukan mengenai metode yang digunakan serta hasil yang dicapai pada penelitian ini. Berikut merupakan ulasan dari beberapa penelitian terkait:

**Fitrah Satrya Fajar Kusumah, Hersanto Fajri, Danu Mahendra** Pada tahun 2023 melakukan penelitian Perancangan UI/UX aplikasi Sensus Pajak Daerah DKI Jakarta berbasis *Mobile* dengan *metode User centered design* pada penelitian yang dilakukan di dapatkan hasil yang di dapatkan dari 3 aspek yaitu *efektivitas* dengan nilai 81%, *efisiensi* dengan nilai 83%, dan *kepuasaan* dengan nilai 77% yang selanjutnya dapat dilanjut ke tahap implementasi sistem. [17]

**Annisa Rachman, Yodhi Anugrah Damar Saputra, Muhammad Hafidz, Zam Afuw Imaman Sugiman, Yoga Sahria** pada tahun 2023 melakukan penelitian Perancangan UI/UX Aplikasi Integrasi Teknologi Finansial “FITHUB” Menggunakan Metode *User centered design* pada penelitian yang dilakukan penulis di dapatkan hasil penelitian menunjukkan *positif* dan tingkat keberhasilan yang signifikan di akhir pengujian menunjukkan adaptasi yang baik terhadap antarmuka FiHub. [18]

**Aulia Putri Fajar, Reisa Permatasari, Abdul Rezha Efrat Najaf** Pada tahun 2024 penulis melakukan penelitian mengenai Analisis Dan Perancangan Desain UI/UX *website* Startup Jasa Security Menggunakan Metode *User Centered Desain* pada penelitian di dapatkan Hasil menggunakan 2 pengujian. Pada pengujian pertama menggunakan SEQ mendapatkan ranknya yang cukup dari dua *actor* yaitu 91% dengan 87 %. sedangkan pada pengujian *System Usability Scale* mendapatkan *grade A* pada 2 Aktor yang digunakan. [19]

**Hisyam Hawari, Ahmad Musnansyah, Faishal Mufied Al Anshary** Pada tahun 2023 melakukan penelitian mengenai Perancangan Ulang UI/UX *Website* Pengolahan Sampah Menggunakan Metode *Design Thinking* (Startup XYZ) pada Hasil Penelitian ini dipeperanh hasil yang kurang memuaskan, dengan skor SEQ sebesar 4,68 dan skor *Systems Usability Scale* sebesar 51,5 serta rentang *acceptance* yang rendah. [20]

**Alsatika Wulansari, Titin Kristiana** Pada tahun 2022 melakukan penelitian mengenai Sistem Informasi *Survei Online* Berbasis *Website* Pada Pt. Citi Asia International Menggunakan Metode *Waterfall* hasil yang di dapatkan dari penelitian yang dilakukan ialah dengan dibangunnya Sistem Informasi *Survei Online* Berbasis

*Website* ini diharapkan mampu menjadi media dalam melakukan *survei* sebaik mungkin. Diharapkan Sistem ini mampu menganalisa jawaban Responden secara otomatis dan hasilnya dapat digunakan dalam proses bisnis yang ada. [21]

**Rivaldi Zidan** melakukan penelitian pada tahun 2022 mengenai Perancangan Ulang *User interface* Berbasis *User experience* Pada Aplikasi MY DAQU Menggunakan metode *User centered design* pada penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode *User centered design* dengan evaluasi menggunakan *Cognitive walkthrough* serta SEQ mendapatkan hasil perbandingan antara pengujian pertama dan kedua pada aspek efektivitas terdapat 4 indikator penilaian. indikator pertama yaitu *task completed*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.51 indikator kedua yaitu *objectives achived* nilai rata-rata meningkat sebesar 0.09, indikator ketiga yaitu *task with error* nilai rata-rata meningkat sebesar 0.42, indikator keempat yaitu *error intensity* nilai rata-rata meningkat sebesar 0.2. aspek efisiensi terdapat 3 indikator penilaian Indikator pertama yaitu, *task time*, waktu rata-rata yang berhasil partisipan selesaikan selama 7 menit 29 detik, waktu tersebut lebih cepat 588 detik atau 9 menit 8 detik dari pengujian pertama. Indikator kedua yaitu *time efficiency*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.017. Indikator ketiga yaitu *productive time ratio*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.02. Aspek kepuasan terdapat 3 indikator penilaian. Indikator pertama yaitu, *satisfaction with features*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.32. Indikator kedua yaitu *perceived usefulness*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.32 Indikator ketiga yaitu *perceived meaningfulness*, nilai rata-rata meningkat sebesar 0.31. Hasil perbandingan rata-rata analisis SEQ juga mengalami peningkatan nilai sebesar 1.09. [22]





## 3.2 Alat dan Bahan Penelitian

### 3.2.1 Alat Penelitian

Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

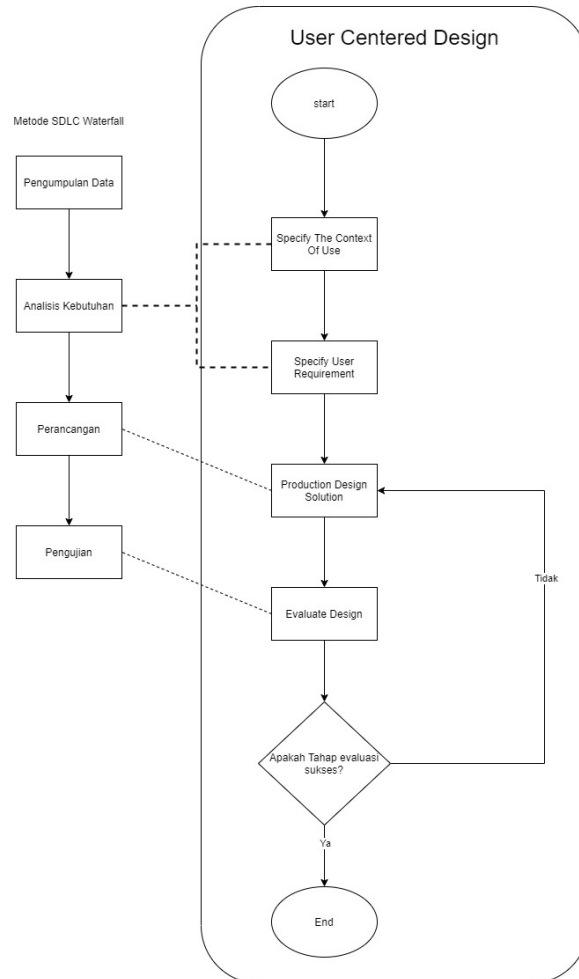
1. Satu Unit Notebook Asus Vivobook 14 dengan spesifikasi
  - *Processor* : Intel® Core™ i5-1135G7
  - *RAM* : 8.00 GB
  - *Sistem Operasi* : Windows 11
2. Aplikasi *Figma* yang digunakan untuk membuat *User interface* dengan *spesifikasi*
3. Aplikasi *Zoom* yang digunakan untuk wawancara dengan *user*
4. *Googleform* Untuk melakukan survei kepada pengguna
5. *Maze* Untuk melakukan evaluasi *cognitive walkthrough*

### 3.2.2 Bahan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan bahan penelitian yaitu Desain Figma *SurveyAsia* dan hasil survei yang terkait dengan desain yang di jalankan selama masa magang di PT Citi Asia Internasional.

## 3.3 Tahapan Penelitian

Pada tahapan perancangan ulang website *SurveyAsia* metode *User Centered Design* pada penelitian ini dibagi menjadi 4 tahap yaitu *Specify Of Context Of Use*, *Specify User Requirement*, *Produce Design Solution*, dan *Evaluate Design* . Berikut tahapan yang dilakukan dapat dilihat pada *diagram* alir pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Tahapan penelitian

Gambar 3.1 menjelaskan penelitian ini memfokuskan menggunakan metode *User centered design* dimulai dengan perancangan desain *User interface* terlebih dahulu dan melakukan riset serta menentukan kebutuhan pengguna dan merancang tampilan UI hingga menghasilkan desain *User interface* dengan metode *User centered design* (UCD) dari desain yang sudah dikerjakan pada magang di PT Citi Asia Internasional, selama magang menghasilkan beberapa halaman *design* seperti *Home Responden*, Halaman *VIKAsia*, Halaman *Researcher*. Tetapi, pada penelitian ini memfokuskan pada *Home Responden* pembuatan survei dan Halaman *VIKAsia* maka tahapan pertama penelitian ini dimulai dengan *Specify the context of use* untuk mengumpulkan data dari pengguna, pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan survei dengan pengguna yang nantinya hasil survei yang dilakukan digunakan untuk mengetahui kebutuhan pengguna.

Setelah hasil survei di dapatkan pengumpulan data, kemudian melakukan tahap selanjutnya yaitu *Specify user requirements* untuk mengidentifikasi pengguna yang dapat menggunakan aplikasi dengan menggambarkan *user persona*, *user journey*, *Use case*, dan *Activity diagram* dari pengguna. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui jalannya aplikasi dan fitur saat digunakan oleh *user*. Tahap selanjutnya adalah *Produce design solution* pada tahapan ini merancang desain yang merupakan bagian penting yaitu pembuatan *sketsa mockup* untuk dasar desain dan *high fidelity* dari hasil *sketsa mockup* yang sudah dibuat sebelumnya, selanjutnya membuat *prototype* menggunakan *tools figma* untuk dilakukan pengujian terhadap calon pengguna agar menghasilkan solusi dari permasalahan yang didapatkan dari *prototype* yang telah dibuat. Setelah *prototype* selesai dibuat berdasarkan solusi yang ada, selanjutnya tahapan *Evaluate design* pada Tahap ini adalah tahap evaluasi untuk desain yang dibuat pada tahap sebelumnya dan yang sesuai dengan permintaan pengguna. Pengujian telah dilakukan untuk menentukan apakah desain sebelumnya sesuai dengan permintaan pengguna atau tidak.

### **3.3.1 Tahap 1 User Centered Design : Specify The Context Of Use**

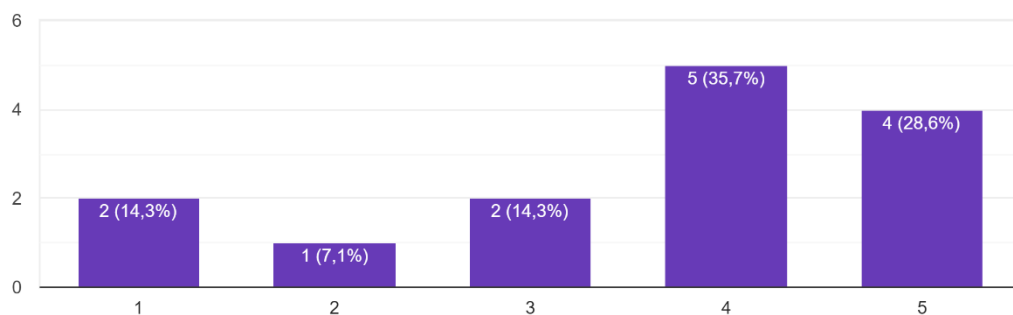
Pada tahapan ini merupakan awal dari persiapan rancangan ulang desain web *SurveyAsia* dengan melakukan survei dengan pengguna terkait dan mengumpulkan *pain point* dari survei yang di dapatkan lalu hasil dari *pain point* dikumpulkan menjadi ide solusi. Target pengguna difokuskan pada masyarakat Indonesia. Proses pengumpulan informasi dilakukan sebanyak 15 Responden untuk mengisi kuesioner *online* dan difokuskan 5 dari 15 Responden yang sesuai kriteria untuk dilakukan evaluasi lanjut seperti *cognitive walkthrough* dan SEQ. Pada 9 Subjek Penelitian yang digunakan untuk evaluasi lanjutan sesuai dengan peran, seperti menggunakan 3 subjek penelitian untuk responden, menggunakan 3 subjek penelitian untuk *researcher*, dan menggunakan 3 subjek penelitian untuk redaksi dilakukan menggunakan zoom dengan maze untuk mengetahui seberapa mudah desain yang sudah dibuat .

### 3.3.1.1 Survei

Pada tahap ini, dilakukan survei dengan membagikan kuesioner secara *online* kepada 15 Responden. Hal ini sesuai dengan saran Steve Krug dalam bukunya "*Don't Make Me Think: A Simple Approach to Usability Testing*" [27] yang menyebutkan bahwa 5-15 peserta sudah cukup untuk tahap awal pengujian dan fokusnya haruslah pada identifikasi masalah pada metode *user centered design*. Responden yang memenuhi kriteria adalah mereka yang pernah membuat kuesioner, pernah mengisi kuesioner, dan pernah mengadakan *event* atau membuat artikel berita, dengan rentang usia 17-35 tahun dengan minimal memiliki KTP untuk melakukan verifikasi data pada web *SurveyAsia*. Penyebaran kuesioner *online* terdiri 14 pertanyaan yang merujuk pada kebutuhan pengguna pada web *SurveyAsia*.

1. Jika mengisi survey mendapatkan poin apakah anda tertarik untuk mencari dan mengisi survey dengan relawan?

14 jawaban

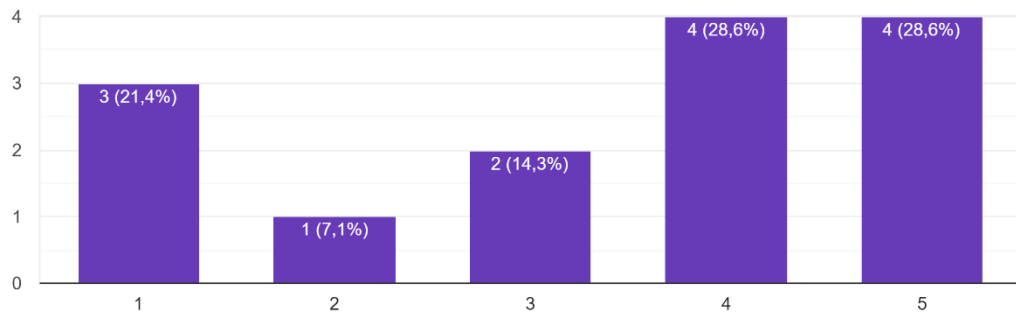


Gambar 3.2 Hasil Kuisisioner 1

Gambar 3.2 di atas adalah hasil data dari kuesioner dimana 78,6% pengguna tertarik untuk mencari dan mengisi survei jika mengisi mendapatkan poin.

2. apakah anda setuju jika terdapat fitur QOTD (Question Of The Day) untuk memfilter kuisisioner apa saja yang akan di tampilkan untuk rekomendasi?

14 jawaban

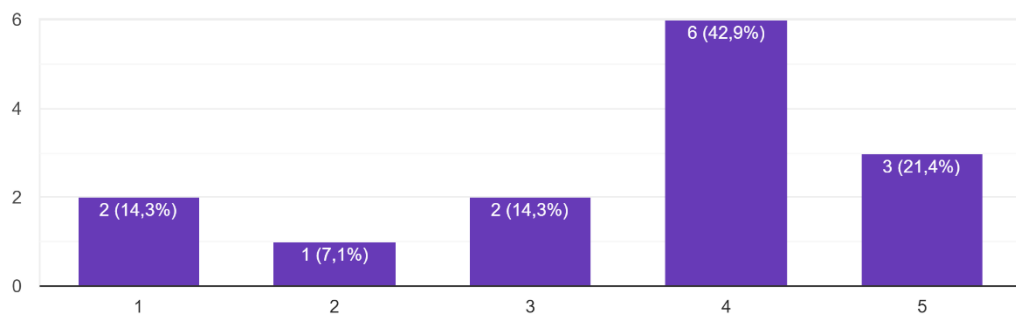


*Gambar 3.3 Hasil Kuisisioner 2*

Gambar 3.3 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (72,5%) setuju dengan fitur QOTD dan ingin fitur tersebut ditambahkan pada kuisisioner.

3. Apakah anda membutuhkan jawaban yang mudah di isi seperti pilihan ganda untuk fitur QOTD?

14 jawaban

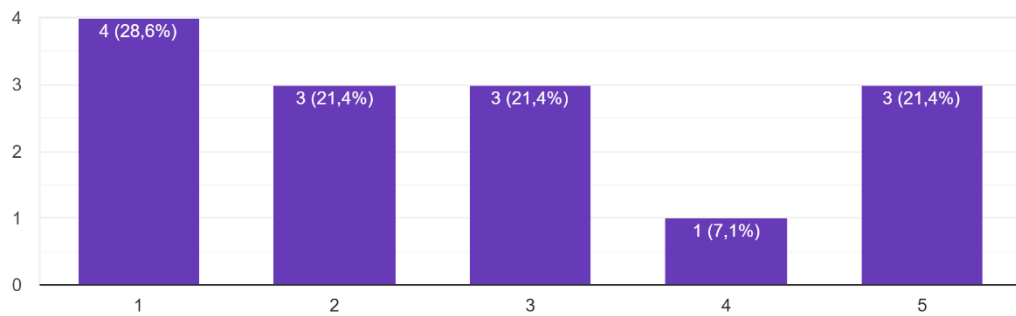


*Gambar 3.4 Hasil Kuisisioner 3*

Gambar 3.4 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (77,6%) setuju dengan fitur QOTD dengan jawaban menggunakan pilihan ganda.

4. Apakah anda butuh fitur pembelian paket untuk role responden?

14 jawaban

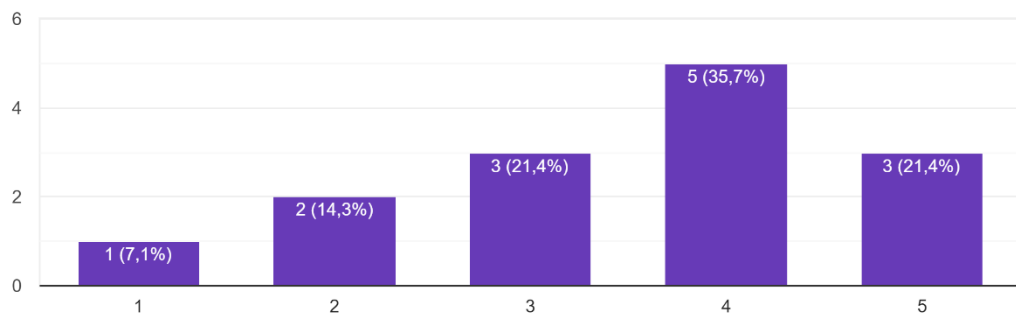


*Gambar 3.5 Hasil Kuisisioner 4*

Gambar 3.5 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (71,4%) tidak setuju dengan fitur Pembelian paket untuk peran Responden.

5. Apakah anda membutuhkan fitur yang bisa mencari responden untuk mengisi survey?

14 jawaban

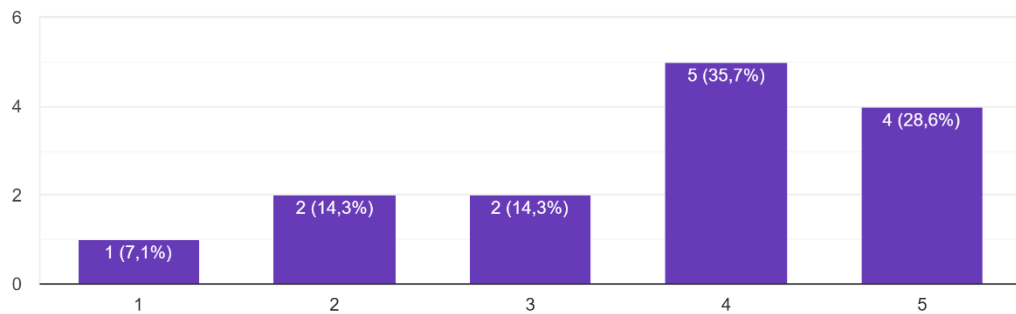


*Gambar 3.6 Hasil Kuisisioner 5*

Gambar 3.6 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (78,5%) setuju dengan fitur mencari Responden ditambahkan pada kuesioner.

6. Apakah anda membutuhkan fitur untuk masa percobaan penggunaan website surveyasia atau fitur gratis untuk membuat kuisisioner?

14 jawaban

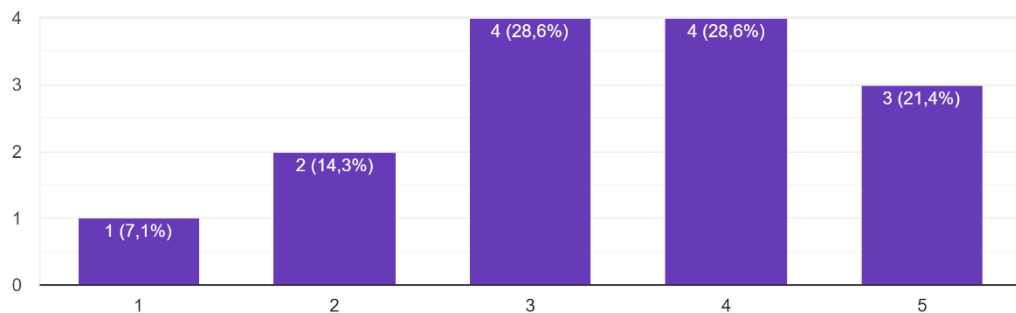


*Gambar 3.7 Hasil Kuisisioner 6*

Gambar 3.7 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (75,6%) setuju dengan fitur masa percobaan untuk membuat kuesioner.

7. Apakah anda membutuhkan fitur hasil survey bisa di beli oleh role redaksi?

14 jawaban



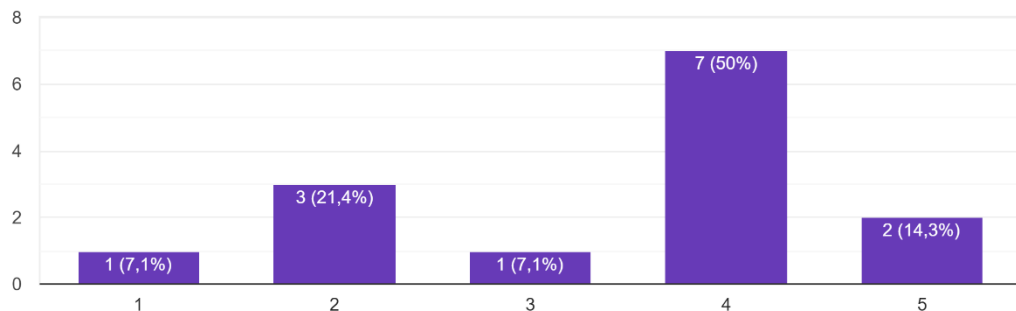
*Gambar 3.8 Hasil Kuisisioner 7*

Gambar 3.8 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (97,6%) setuju dengan fitur hasil survei bisa dibeli oleh redaksi.



Apakah anda butuh membuat artikel berita atau event dari hasil survey yang sudah dibuat oleh researcher?

14 jawaban

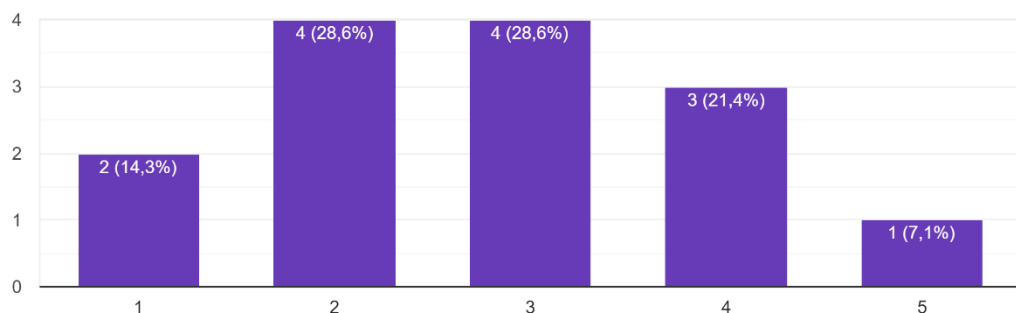


*Gambar 3.9 Hasil Kuisisioner 8*

Gambar 3.9 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (71,4%) setuju dengan fitur membuat artikel dari survei yang sudah dibuat oleh peran *researcher*.

9. Apakah anda membutuhkan fitur membuat survey secara otomatis menggunakan AI?

14 jawaban

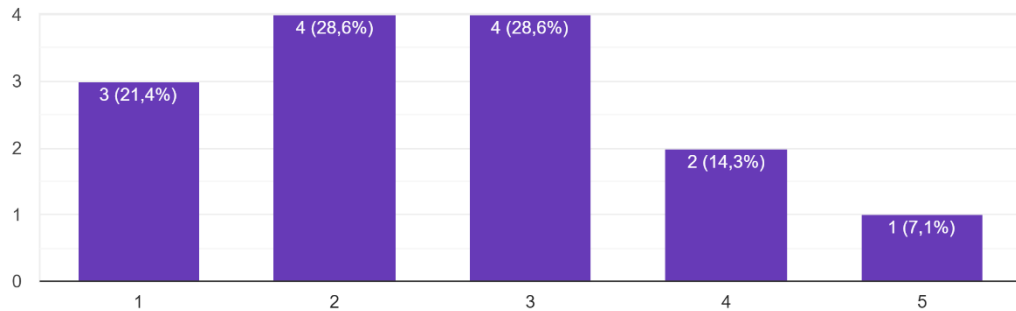


*Gambar 3.10 Hasil Kuisisioner 9*

Gambar 3.10 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (71,5%) tidak setuju dengan fitur membuat survei menggunakan AI.

10. Apakah anda sebagai researcher membutuhkan fitur bisa berinteraksi dengan responden atau redaksi?

14 jawaban

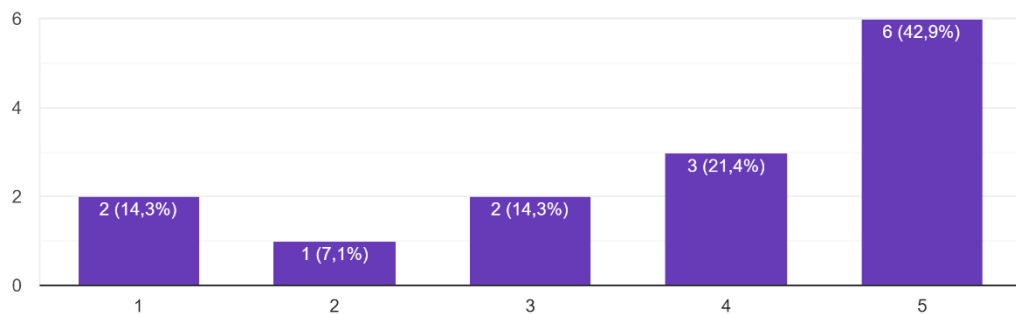


*Gambar 3.11 Hasil Kuisisioner 10*

Gambar 3.11 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (78,6%) tidak setuju dengan fitur bisa berinteraksi dengan peran lainnya.

11. Apakah anda butuh platform untuk mengunggah artikel berita dari hasil data survey?

14 jawaban

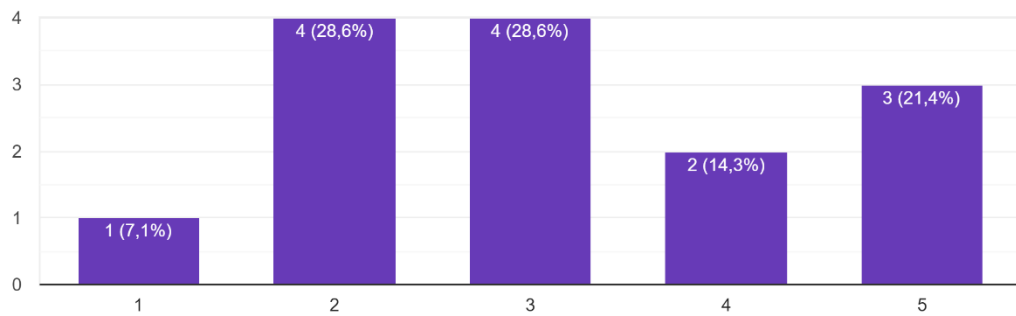


*Gambar 3.12 Hasil Kuisisioner 11*

Gambar 3.12 di atas merupakan hasil dari kuisisioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (78,6%) setuju dengan adanya *platform* untuk mengunggah hasil artikel berita/*event*.

12. Apakah anda memerlukan AI untuk membuat berita yang anda buat?

14 jawaban

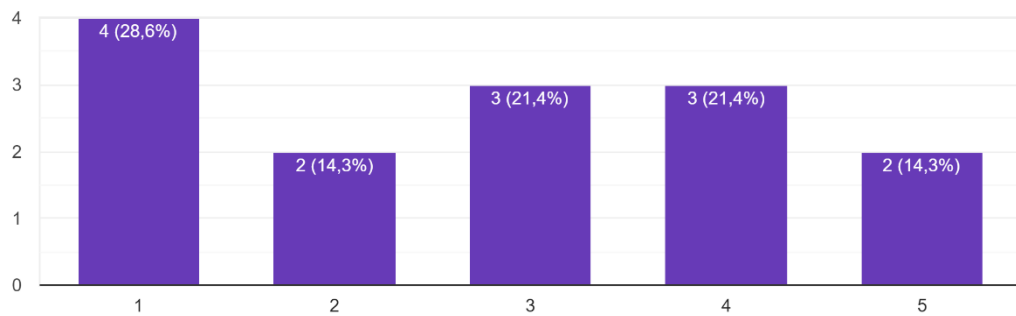


*Gambar 3.13 Hasil Kuisisioner 12*

Gambar 3.13 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (64,3%) tidak setuju dengan fitur AI untuk membuat arikel berita.

13. Apakah anda membutuhkan fitur untuk meningkatkan pembaca artike berita?

14 jawaban

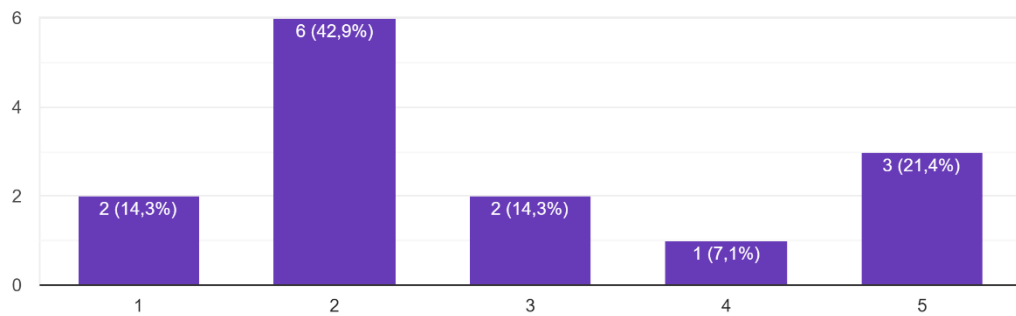


*Gambar 3.14 Hasil Kuisisioner 13*

Gambar 3.14 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (64,3%) tidak setuju dengan fitur untuk meningkatkan pembaca artikel berita

14. Apakah anda membutuhkan fitur verifikasi ktp untuk pembuatan atikel berita?

14 jawaban

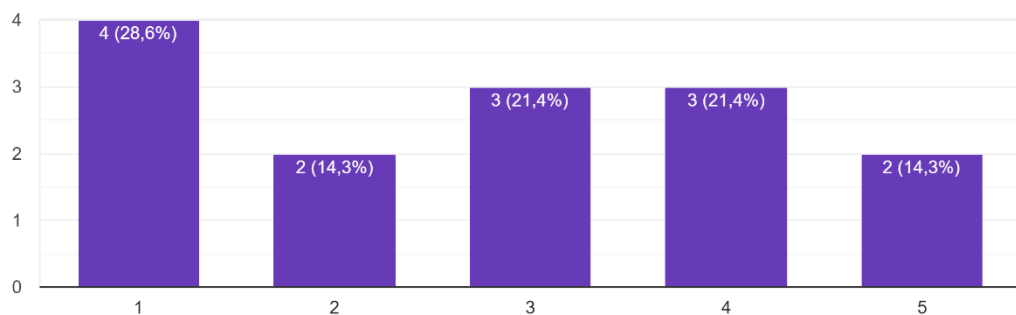


*Gambar 3.15 Hasil Kuisisioner 14*

Gambar 3.15 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (71,5%) tidak setuju dengan fitur verifikasi ktp untuk peran redaksi.

Apakah anda membutuhkan fitur untuk meringkas arikel berita yang sudah dibuat?

14 jawaban

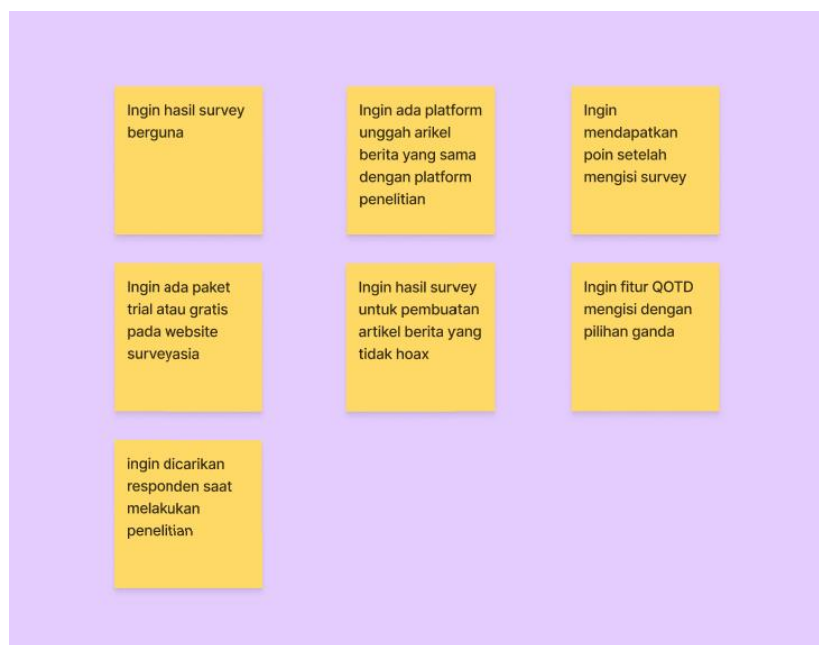


*Gambar 3 16 Hasil Kuisisioner 15*

Gambar 3.16 di atas merupakan hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Responden (64,3%) tidak setuju dengan fitur untuk meringkat arikel berita.

### 3.3.1.2 *Pain point*

Pada tahap ini dikumpulkan masalah yang di alami oleh pengguna, dalam buku "*The Elements of User experience*" oleh Jesse James [28] menekankan bahwa pentingnya memahami riset pengguna. Melalui survei yang dilakukan didapatkan bahwa adanya masukan pada desain web *SurveyAsia* sehingga desain di perbaiki sesuai masukan dari pengguna seperti pada gambar 3.17



Gambar 3.17 *Pain point*

### 3.3.1.3 *Ide Solusi*

Setelah melakukan survei tentang masalah yang dirasakan pengguna, hasil-hasilnya dipetakan sebagai *pain point*. Pemetaan *pain point* ini digunakan untuk menawarkan solusi bagi permasalahan pengguna. Setelah dilakukan *pain point* selanjutnya disusun solusi untuk masalah yang sudah di dapatkan seperti pada tabel 3.2

Tabel 3.2 *Ide Solusi*

No	<i>Pain point</i>	Solusi
1	Mendapatkan poin setelah mengisi survei	Setelah pengguna Responden mengisi survei mendapatkan poin, selanjutnya Responden bisa mengumpulkan poin untuk ditukarkan menjadi uang.

No	<i>Pain point</i>	Solusi
2	Fitur QOTD tidak menyulitkan dengan mengisi menggunakan pilihan ganda	Fitur QOTD yang digunakan untuk memfilter ketertarikan pengguna diubah menjadi mengisi menggunakan pilihan ganda agar memudahkan pengguna
3	Dicarikan Responden saat melakukan penelitian	Setelah survei penelitian selesai dibuat otomatis ditampilkan pada halaman Responden
4	Terdapat paket <i>trial</i> atau gratis pada web <i>SurveyAsia</i>	<i>Researcher</i> tidak harus membeli paket untuk melakukan penelitian dengan masa percobaan 3x pemakaian serta paket gratis dengan fitur yang berbeda dengan paket berbayar.
5	Hasil survei dapat berguna	Hasil survei yang sudah dibuat oleh <i>researcher</i> bisa di beli oleh redaksi jika redaksi tertarik dengan hasil survei yang sudah dibuat.
6	Mendapatkan hasil survei untuk diolah menjadi artikel berita.	Redaksi bisa mengolah hasil survei dari <i>researcher</i> untuk dijadikan sebuah artikel berita atau ingin mengadakan <i>event</i> .
7	Terdapat <i>platform</i> unggah atikel berita yang sama dengan web penelitian	Redaksi bisa mengunggah pada salah satu fitur di web <i>SurveyAsia</i> yaitu <i>VIKAsia</i> .

### 3.3.2 Tahap 2 *User Centered Design* : *Specify User Requirement*

Pada tahapan *Specify User Requirement* ini untuk melakukan identifikasi apa saja yang pengguna butuhkan pada web *SurveyAsia*, pada tahapan ini berisikan kumpulan data sebagai pengguna dari web *SurveyAsia*. Pertama pada tahap ini terdapat *user persona* selanjutnya terdapat *user journey* yang menjelaskan untuk menggambarkan langkah dari pengguna, kemudian terdapat *use case diagram* yang dimana untuk menunjukkan aktivitas pengguna berinteraksi dengan web *SurveyAsia*, aktivitas pengguna dibuat 3 aktivitas menunjukkan sebagai peran Responden, *researcher*, dan

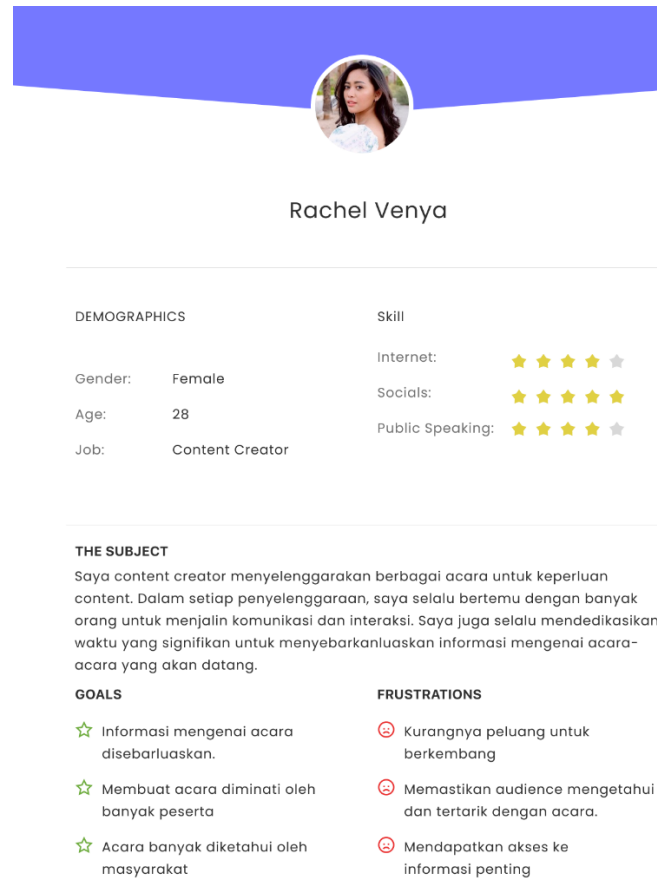
Redaksi. Selanjutnya terdapat *activity diagram* untuk menunjukkan berjalannya web *SurveyAsia*, mulai dari *login* hingga penukaran poin menjadi uang bagi pengguna Responden, *login* hingga akses hasil survei bagi *Researcher*, serta tindakan yang dapat dilakukan di halaman Redaksi, termasuk mengunggah konten.

### **3.3.2.1 User persona**

*User persona* yang mewakili individu atau kelompok pengguna dari editor dan peneliti, sudah memberikan gambaran yang cukup tentang kebutuhan dan perilaku pengguna., tidak perlu mengidentifikasi profil setiap orang secara rinci ketika persona pengguna telah dibangun. Tujuan *user persona* berguna untuk mengidentifikasi perilaku dan kebutuhan yang diperlukan oleh target pengguna, *user persona* yang digunakan menampilkan *demographics*, *subject*, *goal* serta *frustrations* dari pengguna.

#### **a. User persona Peran Redaksi**

Penelitian ini melibatkan peran redaksi. Redaksi berperan dalam situs web *SurveyAsia* sebagai pencipta konten untuk salah satu fitur VIKAsia yang terdapat di situs web *SurveyAsia*. Redaksi juga dapat membuat konten seperti artikel berita, acara, dan video menggunakan data hasil survei peneliti dengan izin yang diberikan oleh peneliti. Berikut adalah persona pengguna dari peran redaksi.



*Gambar 3.18 User persona Redaksi*

Gambar 3.18 di atas menggambarkan salah satu persona pengguna dari peran redaksi yang telah disurvei dan diteliti. Objek pengguna yang digunakan ialah sesuai dikarenakan pernah melakukan penyelenggaraan *event* acara. Sehingga menunjukkan bahwa objek penelitian memiliki tujuan utama, yaitu menyebarkan informasi mengenai acara yang dibuatnya, meningkatkan minat masyarakat terhadap acara yang dibuatnya, serta membuat acara yang dibuatnya dikenal oleh masyarakat luas. Namun, dalam mencapai tujuannya, pengguna mengalami kesulitan, yaitu kurangnya waktu untuk mengembangkan acara karena dikejar batas waktu, kesulitan dalam memastikan bahwa audiens mengetahui dan tertarik dengan acara, serta kesulitan dalam mendapatkan akses ke informasi penting terkait acara.



### b. *User persona* Peran *Researcher*

Penelitian ini melibatkan peran *researcher*. *researcher* berperan penting dalam situs web *SurveyAsia* sebagai membuat survei untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Berikut adalah persona pengguna dari peran *researcher*.



**Nadya Shavira**

DEMOGRAPHICS	Skill
Gender: Perempuan	Internet: ★★★★★
Age: 26	Socials: ★★★★★
Job: Pengusaha	Public Speaking: ★★★★★

**THE SUBJECT**

Saya memulai merintis usaha yang sukses dengan menjualkan produk sesuai pasar pelanggan dan dengan melakukan promosi sesuai dengan target yang sebelumnya dilakukan riset agar tepat sasaran.

GOALS	FRUSTRATIONS
☆ Proses mendapatkan responden untuk survei mudah.	☹️ Tingkat respons yang rendah
☆ Proses pengolahan data dapat dilakukan dengan cepat	☹️ Kurangnya waktu dan sumber daya
☆ Proses pengumpulan data dilakukan secara efisien dan tepat waktu.	☹️ Data survey dapat kompleks dan sulit untuk dianalisis.

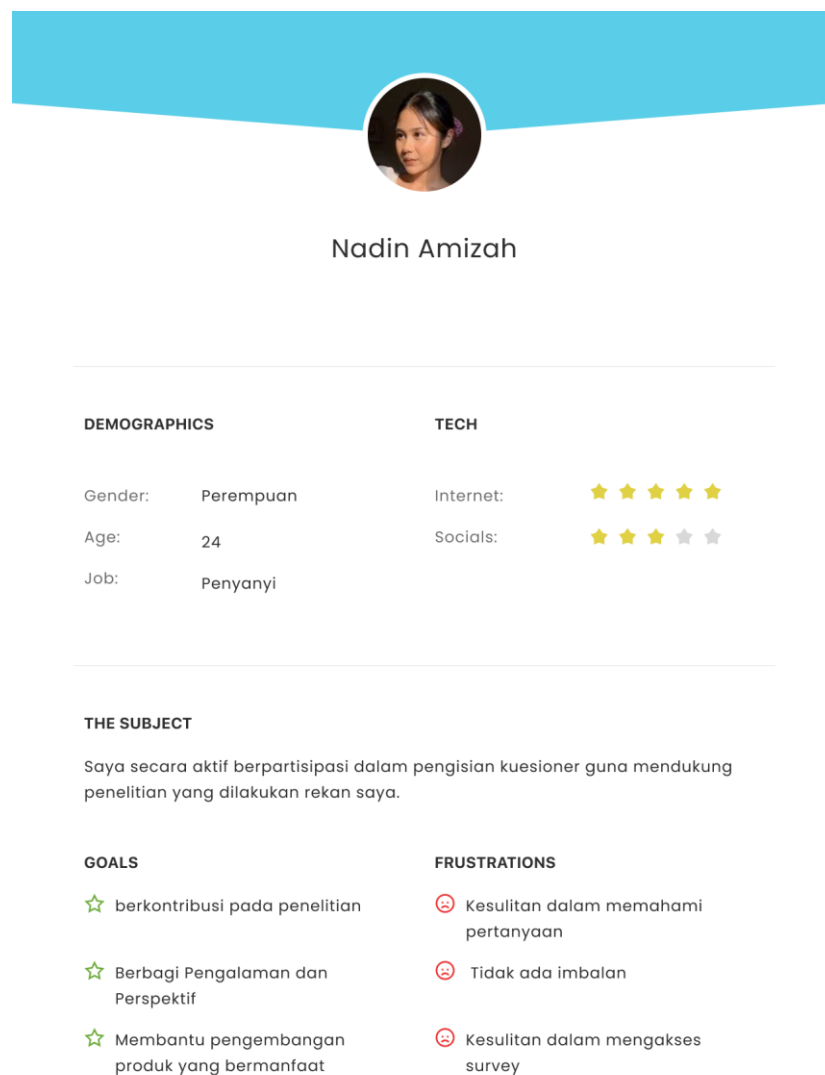
*Gambar 3.19 User persona researcher*

Gambar 3.19 di atas menggambarkan salah satu persona pengguna dari peran *researcher* yang telah disurvei dan diteliti. Objek penelitian yang digunakan sesuai dikarenakan sering melakukan penelitian untuk keperluan *freelance*. Sehingga menunjukkan bahwa objek penelitian memiliki tujuan utama, yaitu memudahkan proses mendapatkan responden untuk survei, mempercepat proses pengolahan data, serta melakukan proses pengumpulan data secara efisien dan tepat waktu. Namun, dalam mencapai tujuannya, pengguna mengalami kesulitan, yaitu tingkat respon yang

rendah dari responden, keterbatasan waktu dan sumber daya, serta kompleksitas data survei yang menyulitkan analisis.

### c. *User persona* Peran Responden

Penelitian ini juga melibatkan peran responden. responden berpartisipasi dalam penelitian dengan memberikan informasi kepada *researcher*, kualitas informasi yang diberikan oleh responden mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Berikut adalah persona pengguna dari peran responden.



**Nadin Amizah**

---

DEMOGRAPHICS		TECH	
Gender:	Perempuan	Internet:	★★★★★
Age:	24	Socials:	★★★☆☆
Job:	Penyanyi		

---

**THE SUBJECT**

Saya secara aktif berpartisipasi dalam pengisian kuesioner guna mendukung penelitian yang dilakukan rekan saya.

GOALS	FRUSTRATIONS
☆ berkontribusi pada penelitian	☹ Kesulitan dalam memahami pertanyaan
☆ Berbagi Pengalaman dan Perspektif	☹ Tidak ada imbalan
☆ Membantu pengembangan produk yang bermanfaat	☹ Kesulitan dalam mengakses survey

*Gambar 3.20 User persona Responden*

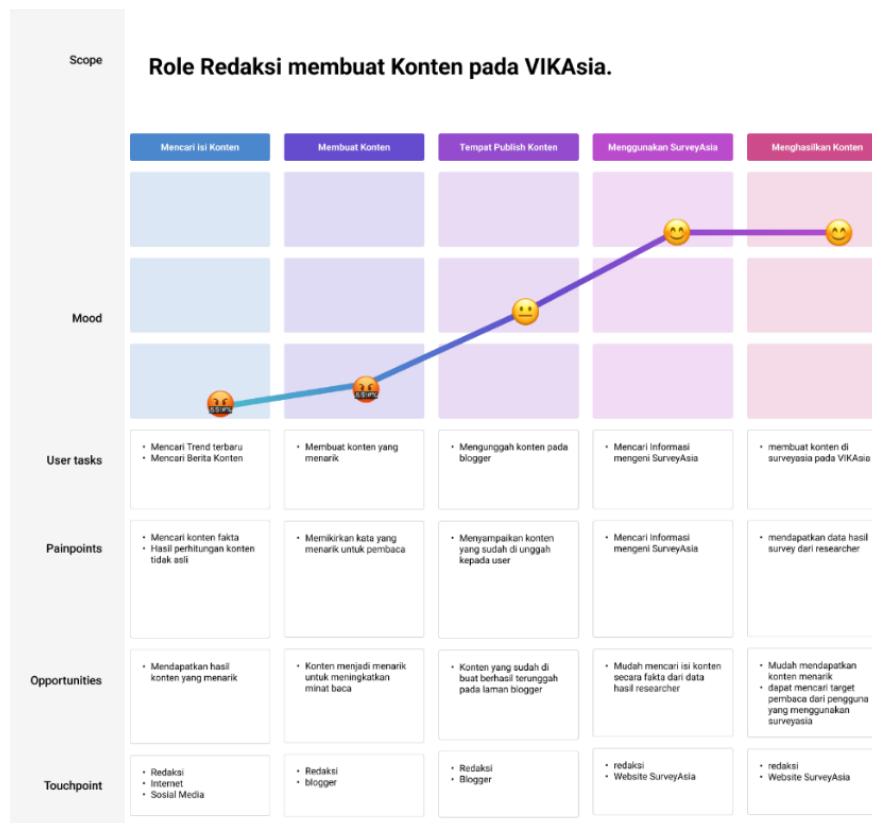
Gambar 3.20 di atas menggambarkan salah satu persona pengguna dari peran responden yang telah disurvei dan diteliti. Objek penelitian memiliki tujuan utama, yaitu berkontribusi pada penelitian, berbagi pengalaman dan perspektif dalam *survey*, serta membantu mengembangkan penelitian. Namun, dalam mencapai tujuannya, pengguna mengalami kesulitan, yaitu Kesulitan dalam memahami pertanyaan dalam *survey*, tidak ada timbal balik yang menguntungkan bagi responden, serta kesulitan dalam mengakses *survey* yang sudah diberikan.

### 3.3.2.2 *User journey*

Setelah *user persona* dibuat, langkah selanjutnya ialah membuat *user journey* dari pengguna yang difokuskan pada pengguna web *SurveyAsia*, pada *user journey* menggambarkan rangkaian langkah yang diambil oleh pengguna dalam mencapai solusi atas masalah yang dihadapi, dalam berbagai skenario yang dituju. Pada *User journey* ditampilkan *mood* atau perasaan pengguna saat melakukan langkah skenario, kemudian *user task* tentang apa yang pengguna lakukan pada langkah skenario, kemudian *pain point* dari Langkah skenario yang menggambarkan kesulitan pengguna selama proses ini, kemudian terdapat *opportunities* menunjukkan area untuk perbaikan, terakhir terdapat *touch point* menunjukkan tempat pengguna berada saat langkah skenario

#### a. *User journey* Peran Redaksi

*User journey* peran redaksi menunjukkan alur perjalanan saat subjek penelitian sebelum dan sesudah mengetahui web *SurveyAsia* sesuai dengan gambar 3.21.



Gambar 3.21 User journey Redaksi

Gambar 3.21 di atas menjelaskan *user journey* yang merinci peran redaksi dalam membuat konten untuk *VIKAsia*. Alur ini dimulai dengan pencarian ide konten, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konten, pengunggahan konten, dan diakhiri dengan penggunaan *SurveyAsia* untuk mendapatkan data dan target pembaca.

#### Pencarian Ide Konten

1. *Mood*: Pada tahap ini, redaksi merasakan kebingungan atau ketidakpastian dalam mencari ide konten yang menarik dan sesuai dengan trending topik dan konten berita.
2. *Painpoints*: Redaksi mengalami kesulitan mencari ide konten faktual dan menghindari plagiarism.
3. *Opportunities*: Redaksi dapat memanfaatkan berbagai sumber informasi seperti internet, media sosial, dan *blogger* untuk mempermudah pencarian ide konten.
4. *Touchpoints*: Redaksi berinteraksi dengan internet, media sosial, dan *blogger* untuk menemukan ide konten yang relevan.

#### Pembuatan Konten

1. *Mood*: Redaksi merasakan tantangan dalam membuat konten yang menarik dan informatif untuk pembaca.
2. *Painpoints*: Redaksi mengalami kesulitan menyampaikan ide konten dengan jelas dan menjaga kualitas konten.
3. *Opportunities*: Redaksi dapat meningkatkan kemampuan menulis dan menarik minat pembaca.
4. *Touchpoints*: Redaksi berinteraksi dengan *blogger* untuk membuat dan mengedit konten.

#### Pengunggahan Konten

1. *Mood*: Redaksi merasakan cukup setelah berhasil membuat konten dan siap untuk dipublikasikan.
2. *Painpoints*: Redaksi mengalami kesulitan memilih *platform* publikasi yang tepat dan memastikan konten terunggah dengan benar.
3. *Opportunities*: Redaksi dapat mempelajari berbagai *platform* publikasi dan menggunakan alat bantu unggahan untuk mempermudah proses pengunggahan
4. *Touchpoints*: Redaksi berinteraksi dengan *blogger* untuk mengunggah konten yang telah dibuat.

#### Penggunaan *SurveyAsia*

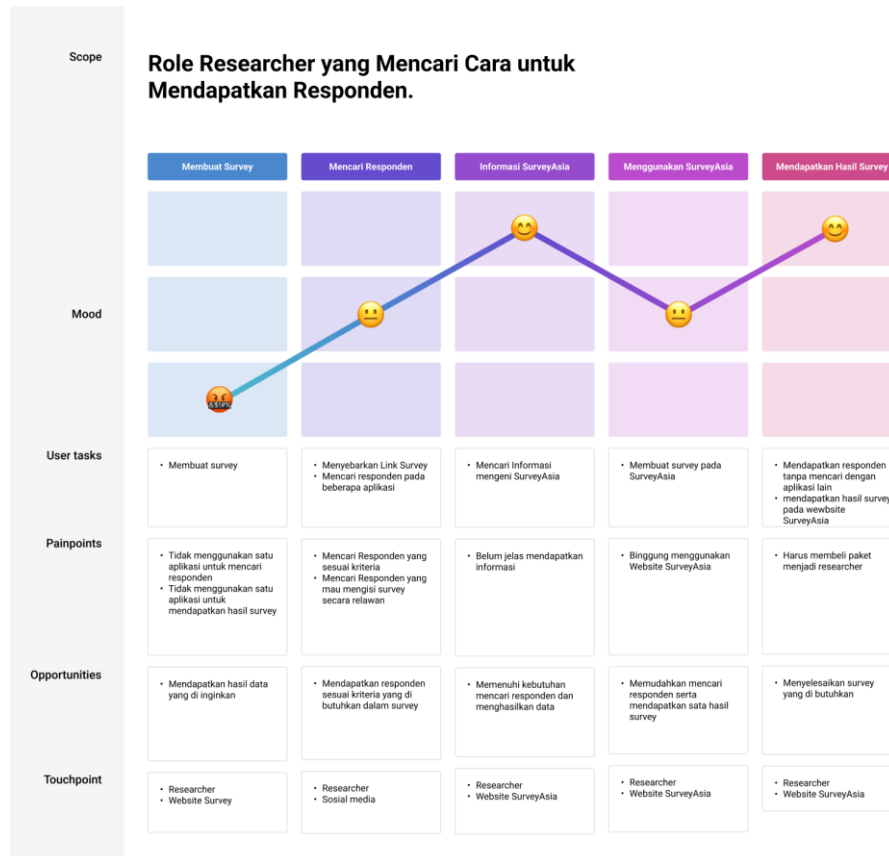
1. *Mood*: Redaksi merasakan semangat dalam menggunakan *SurveyAsia* untuk mendapatkan data dan target pembaca.
2. *Painpoints*: Redaksi mengalami kesulitan mempelajari cara menggunakan *SurveyAsia* .
3. *Opportunities*: Redaksi dapat mudah mencari isi konten sesuai dengan fakta
4. *Touchpoints*: Redaksi berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia*

#### Menghasilkan konten

1. *Mood*: redaksi merasakan semangat dalam mengunggah konten pada *SurveyAsia*
2. *Painpoints*: redaksi mengalami kesulitan mendapatkan data dari *SurveyAsia*
3. *Opportunities* : redaksi dapat membuat konten secara fakta dari data survei yang sudah di buat oleh *researcher*
4. *Touchpoints*: redaksi berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia*

### b. *User journey* Peran *Researcher*

*User journey* peran *researcher* menunjukkan saat subjek penelitian alur perjalanan subjek penelitian sebelum dan sesudah mengetahui web *SurveyAsia* sesuai dengan gambar 3.22 berikut.



Gambar 3.22 *User journey* *Researcher*

Gambar 3.22 di atas menjelaskan *user journey* peran *researcher* dalam membuat survei pada *SurveyAsia*. Alur ini dimulai membuat survei, mencari Responden, mendapatkan informasi *SurveyAsia*, menggunakan *SurveyAsia*, dan mendapatkan hasil survei yang memuaskan pada *SurveyAsia*

Membuat survei

1. *Mood*: Pada tahap ini, *researcher* merasakan kebingungan atau ketidakpastian dalam membuat survei
2. *Painpoints*: *researcher* mengalami kesulitan karna tidak menggunakan satu Aplikasi untuk mencari Responden dan mendapatkan hasil survei
3. *Opportunities*: *researcher* mendapatkan hasil data yang diinginkan

4. *Touchpoints: researcher* berinteraksi dengan web survei untuk membuat survei.

#### Mencari Responden

1. *Mood: researcher* merasakan tantangan dalam mencari Responden.
2. *Painpoints: researcher* mengalami kesulitan mencari Responden yang mau mengisi surveinya serta yang sesuai kriteria
3. *Opportunities: researcher* mendapatkan Responden sesuai kriteria walaupun menggunakan waktu yang tidak sedikit
4. *Touchpoints: researcher* berinteraksi dengan social media untuk mencari Responden untuk mengisi survei.

#### Mengetahui informasi *SurveyAsia*

1. *Mood: researcher* merasakan semangat setelah mengetahui mengenai *SurveyAsia*
2. *Painpoints: researcher* mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi penggunaan *SurveyAsia*
3. *Opportunities: researcher* dapat memenuhi kebutuhan dalam mencari Responden serta mendapatkan hasil data survei
4. *Touchpoints:* Redaksi berinteraksi dengan web *SurveyAsia*

#### Penggunaan *SurveyAsia*

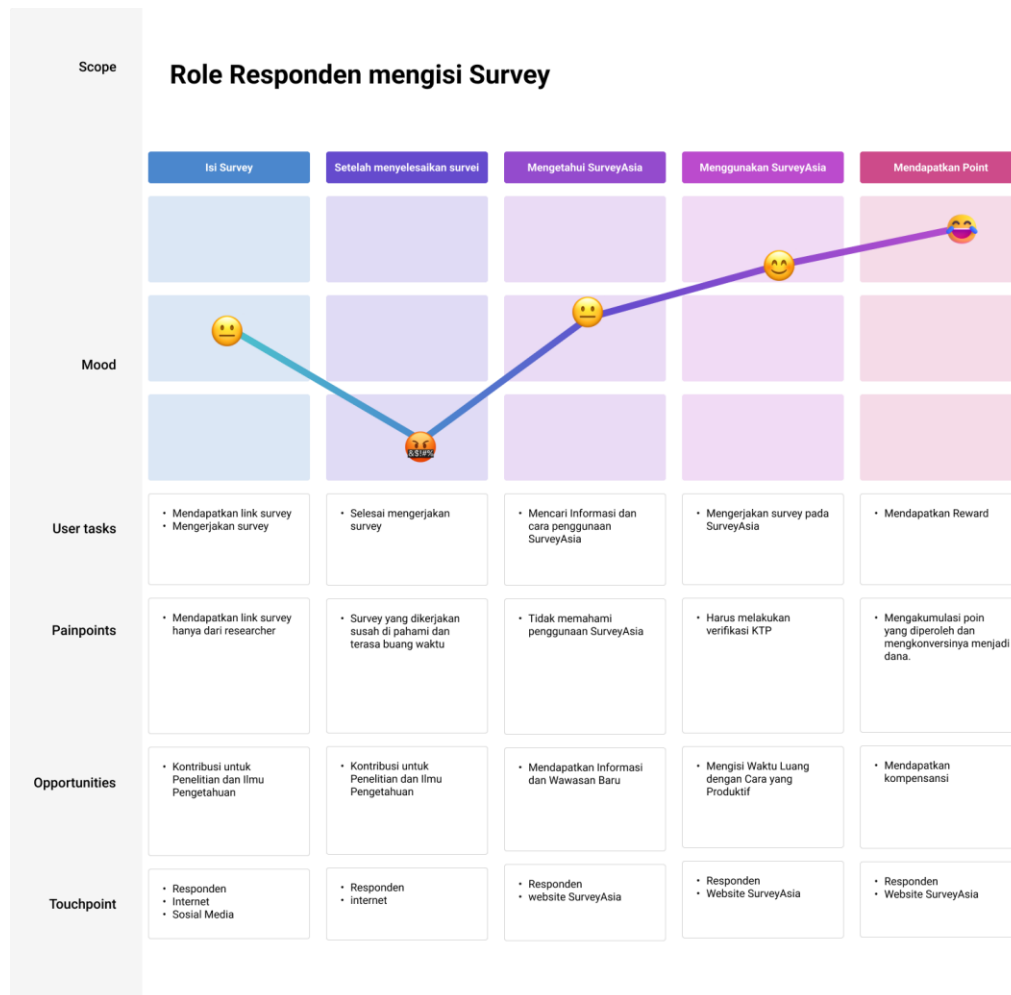
1. *Mood: researcher* merasakan bingung dalam menggunakan *SurveyAsia*.
2. *Painpoints: researcher* mengalami kesulitan mempelajari cara menggunakan *SurveyAsia* .
3. *Opportunities: researcher* dapat mudah mencari Responden serta mendapatkan data.
4. *Touchpoints: researcher* berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia*

#### Mendapatkan hasil survei

1. *Mood: researcher* merasakan semangat karena mendapatkan Responden tanpa mencari menggunakan Aplikasi lain dan mendapatkan hasil survei pada web *SurveyAsia*
2. *Painpoints: researcher* mengalami kesulitan karna harus membeli paket terlebih dahulu untuk mendapatkan fitur yang tersedia
3. *Opportunities : researcher* dapat menyelesaikan survei yang dibutuhkan
4. *Touchpoints: researcher* berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia*.

### c. *User journey* Peran Responden

*User journey* peran redaksi menunjukkan saat subjek penelitian alur perjalanan subjek penelitian sebelum dan sesudah mengetahui web *SurveyAsia* sesuai dengan gambar berikut.



Gambar 3.23 *User Journey* Peran Responden

Gambar 3.23 di atas menjelaskan *user journey* yang merinci peran Responden dalam mengerjakan *survey* pada *SurveyAsia*. Alur ini dimulai dengan mengerjakan survei yang diberikan *researcher*, selanjutnya merasa tidak baik saat menyelesaikan survei, selanjutnya responden mengetahui mengenai *SurveyAsia* dan merasa sangat baik sangat menggunakan *SurveyAsia* dan diakhiri responden merasa senang saat mendapatkan *point* setelah mengerjakan survei pada web *SurveyAsia*.



#### Mengerjakan survei

1. *Mood*: Pada tahap ini, Responden merasakan kebingungan atau ketidakpastian dalam mengerjakan survei
2. *Painpoints*: Responden mengalami kesulitan saat ingin mengisi survei karena hanya mendapatkan link hanya dari *Researcher*.
3. *Opportunities*: Responden berkontribusi untuk penelitian dan ilmu pengetahuan
4. *Touchpoints*: Responden berinteraksi dengan social media untuk mendapatkan informasi survei dan web survei untuk mengerjakan survei.

#### Setelah menyelesaikan survei

1. *Mood*: Responden merasakan tantangan setelah menyelesaikan survei.
2. *Painpoints*: Responden mengalami kesulitan memahami pertanyaan dalam survei dan merasa waktu terbuang karena tidak adanya timbal balik.
3. *Opportunities*: Responden berkontribusi untuk penelitian
4. *Touchpoints*: Responden berinteraksi dengan social media untuk mencari Responden untuk mengerjakan survei.

#### Mengetahui informasi *SurveyAsia*

1. *Mood*: Responden merasakan bingung saat mengetahui mengenai *SurveyAsia*
2. *Painpoints*: Responden mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi penggunaan *SurveyAsia*
3. *Opportunities*: Responden mendapatkan informasi dan wawasan baru saat mengetahui web *SurveyAsia*.
4. *Touchpoints*: Responden berinteraksi dengan web *SurveyAsia*

#### Menggunakan *SurveyAsia*

1. *Mood*: Responden merasakan sangat baik dalam menggunakan *SurveyAsia*.
2. *Painpoints*: Responden merasa tidak aman karna harus melakukan verifikasi KTP.
3. *Opportunities*: Responden dapat mengisi waktu luang dengan cara yang produktif mengisi survei yang tersedia pada web *SurveyAsia*.
4. *Touchpoints*: *researcher* berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia* .

#### Mendapatkan *reward point*

1. *Mood*: Responden merasakan senang karena *reward* berupa *point* setelah mengerjakan survei pada web *SurveyAsia*.

2. *Painpoints*: Responden harus mengumpulkan dan mengkumulasi *point* yang diperoleh.
3. *Opportunities* : Responden mendapatkan kompensasi.
4. *Touchpoints*: Responden berinteraksi dengan situs web *SurveyAsia*.

### **3.3.2.3 Use case Diagram**

Setelah itu, langkah selanjutnya merancang *Use case Diagram* untuk menjelaskan tentang sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang dibuat. Pada *use case* yang digunakan menjelaskan alur dari beberapa peran, seperti *researcher*, redaksi dan responden. Untuk pembuatan *diagram use case* menggunakan software *draw.io*

### **3.3.2.4 Activity diagram**

Setelah *Use case diagram* sebelumnya dilalui, selanjutnya membuat *Activity diagram* untuk memperlihatkan aliran dari suatu aktivitas ke aktivitas lainnya dari suatu sistem pada *SurveyAsia*. [26] Pada *Activity diagram* ditampilkan beberapa gambar tampilan yang menjelaskan setiap *use case* pada *diagram use case* yang terdiri aktivitas dari redaksi, *researcher* dan Responden.

### **3.3.3 Tahap 3 User Centered Design :Produce Design Solution**

Pada tahapan *Produce Design Solution* ini melakukan perancangan desain *User interface* yang dimulai dari:

#### **3.3.3.1 Low-fidelity atau Sketsa Mock-Up**

Pada tahap ini disajikan gambaran awal desain yang telah dirancang berdasarkan temuan pada *tahap Specify the Context of Use* dan *Specify User and Organization Requirements*. Tampilan *low-fidelity* disajikan dalam bentuk beberapa gambar halaman, yaitu halaman pembuatan survei oleh *researcher*, *dashboard* redaksi, dan *homepage* Responden. Pada pembuatan *low-fidelity* dilakukan menggunakan Figma.

### **3.3.3.2 High Fidelity**

Setelah tahap *Low-fidelity* (Lo-fi) selesai, selanjutnya dilakukan proses peningkatan ke tahap *High-fidelity*. Pada tahap ini, *sketsa mockup* dilengkapi dengan elemen-elemen *design system* seperti warna, font, ikon, dan gambar. beberapa tampilan didesain ulang sesuai dengan tahapan sebelumnya dengan bantuan *Figma* untuk menghasilkan tampilan *High-fidelity*.

### **3.3.3.3 Prototype**

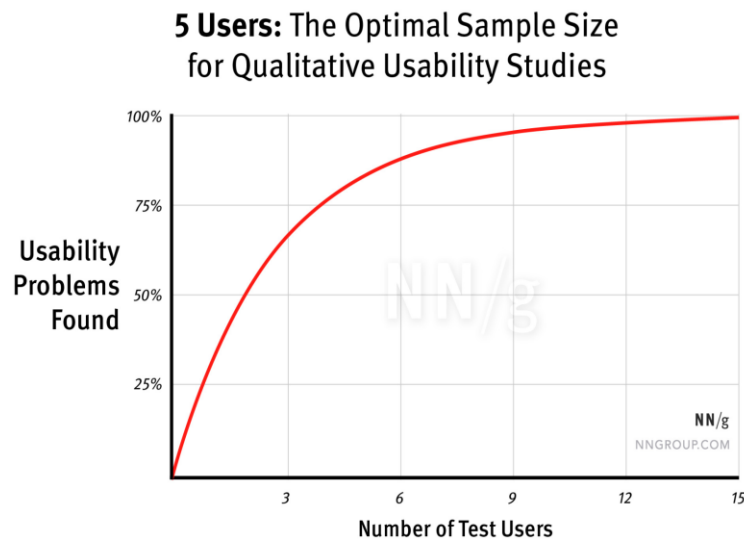
Terakhir pada tahap ini membuat design *High-fidelity* menjadi interaktif dan dapat diimplementasikan sehingga dapat berfungsi sebagai *representasi final*. Pada *Prototype* ditampilkan tahapan dari tiap halaman dari beberapa peran seperti *researcher*, Responden, dan redaksi yang digunakan untuk bahan evaluasi kepada pengguna.

## **3.3.4 Tahap 4 User Centered Design : Evaluate Design**

Pada tahapan ini dilakukan evaluasi untuk menguji *design* yang sudah dibuat dengan pendekatan dengan pengguna menggunakan *cognitive walkthrough*, *cognitive walkthrough* berfokus pada kemudahan pengguna menggunakan sistem yang telah dirancang dengan kriteria bahwa pengujian yang dilakukan harus dapat menyelesaikan langkah-langkah yang telah dikembangkan.

### **3.3.4.1 Menentukan Objek Penelitian**

Dalam menentukan objek penelitian, jumlah dan kriteria Responden perlu diperhatikan agar hasil rekomendasi yang diberikan dapat maksimal. *Evaluasi usability* cukup dilakukan dengan 5 objek penelitian, karena dengan 5 objek penelitian peneliti berhasil menemukan masalah sebesar 85% [23].



*Gambar 3.24 Evaluasi Cognitive walkthrough*

Gambar 3.24 menunjukkan pemilihan kriteria objek penelitian berdasarkan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan diantaranya :

- a) Melakukan penelitian survei dengan web berbayar.
- b) Melakukan penelitian survei dengan web gratis.
- c) Tidak pernah / Jarang mengisi Survei
- d) Pembuat *event*.
- e) Pembuat artikel berita.

### 3.3.4.2 Menyusun Tugas

Langkah selanjutnya ialah menyusun tugas-tugas pengujian sesuai dengan kriteria Responden dilakukan dengan wawancara menggunakan media *zoom meeting* dan bantuan *maze* untuk mengetahui hasil kesalahan pengguna saat menggunakan *prototype*.

### 3.3.4.3 Melakukan Pengujian

Proses pengujian ini dilakukan dengan wawancara melibatkan 3 - 10 Responden sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan yang nantinya menjalankan *prototype* yang sudah dibuat pada tahapan sebelumnya. Selanjutnya terdapat kuesioner SEQ menggunakan *google form* yang berisikan beberapa pertanyaan dengan skala *likert 7* poin. Dengan pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian seperti :

1. Seberapa mudah atau sulitkah menyelesaikan tugas *login* dan mengisi fitur QOTD pada *prototype* ini?
2. Bagaimana kemudahan dalam menggunakan fitur penukaran poin?
3. Seberapa mudahkah memahami petunjuk membuat survei tanpa membeli paket?
4. Seberapa mudahkah memahami langkah-langkah dalam proses membuat konten *VIKAsia* dengan menggunakan survei?
5. Secara keseluruhan, seberapa mudah mencoba menggunakan web *SurveyAsia* pada *prototype*?
6. Seberapa mudahkah menemukan tombol pada *prototype*?

## V. KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Rancangan UI/UX *Design* untuk penambahan peran baru redaksi pada fitur *VIKAsia* di web *SurveyAsia* dikembangkan berdasarkan implementasi *use case* dalam aktivitas buat konten. Selain itu, redaksi dapat menganalisis ketertarikan pengguna melalui fitur QOTD pada menu '*User*'. Dengan demikian, fitur *VIKAsia* yang dikelola oleh redaksi dapat menjadi lebih efektif mendukung admin dalam pengelolaan dan pemanfaatan fitur *VIKAsia* secara optimal.
- 2) Rancangan desain ulang dan fitur baru pada UI/UX web *SurveyAsia* membuat *researcher* paket gratis, hal ini diakomodasi dengan perbedaan antara survei gratis dan berbayar. Perbedaan utama terletak pada fitur survei yang ditampilkan di web *SurveyAsia*, Pengguna *researcher* dengan paket gratis perlu melakukan penyebaran survei secara mandiri.
- 3) Hasil rancangan desain ulang UI/UX web *SurveyAsia* yang berfokus pada redaksi memungkinkan redaksi memanfaatkan survei yang telah dibuat oleh peneliti. hal ini dapat menjadi alat yang lebih berharga untuk membantu Redaksi memanfaatkan hasil survei secara efektif dan efisien dan juga dapat membantu Redaksi untuk membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data, meningkatkan kualitas konten mereka, dan mencapai tujuan mereka dengan lebih mudah.
- 4) Evaluasi *Cognitive walkthrough* yang dilakukan responden mendapatkan hasil *effectiveness* 100%, *effeciency* 100%, dan *learnability* 91%. Selanjutnya, *researcher* mendapatkan hasil *effectiveness* 80%, *effeciency* 72%, dan *learnability* 88%. Selanjutnya redaksi mendapatkan hasil *effectiveness* 88%, *effeciency* 94%, dan *learnability* 88%. Berdasarkan hasil yang dilakukan

mendapatkan nilai di atas rata-rata sehingga evaluasi desain yang dilakukan sudah dikatakan baik.

- 5) Evaluasi *SEQ* yang dilakukan responden mendapatkan nilai sebesar 6.8, *researcher* sebesar 6.7, dan redaksi sebesar 6.5. Berdasarkan hasil yang didapatkan, evaluasi desain web *SurveyAsia* yang dilakukan perancangan ulang masuk ke dalam hasil “baik” dikarenakan pada setiap peran mendapatkan nilai melebihi minimum.

## **5.2 Saran**

Adapun saran yang didapatkan dari hasil penelitian sebagai berikut:

- 1) Desain web *SurveyAsia* harus dievaluasi dan dikembangkan menggunakan metode evaluasi lainnya secara terus-menerus lainnya seiring dengan persaingan web yang sama.
- 2) Setelah web berhasil dibuat, pengujian harus dilakukan untuk menyakinkan desain diterima oleh pengguna dan memenuhi syarat di Asia

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. M. Ardi, F. Usama “Perancangan Program Survey Online (SurveyAsia) Berbasis Website Pada PT Citiasia Inc Jakarta Selatan,” *J. Tek. AMATA*, 2023.
- [2] I. G. P. P. S. Dharma, “Pengujian Hasil Pengembangan Website Survey Asia Pada Pt Citiasia Internasional,” 2023.
- [3] M. P. Eugenia, M. Abdurrofi, B. Almahenzar, and A. Khoirunnisa, “Pendekatan Metode User-Centered Design dan Sistem Usability Scale dalam Redesain dan Evaluasi Antarmuka Website,” *Semin. Nas. Off Stat*, 2022.
- [4] H. Li and Y. Wei, “*Analysis the Impacting of "User experience For Chinese Mobile Phone's Brands Market Changing,*” *Design, User experience, and Usability*. 2019.
- [5] W. O. Galitz, “The Essential Guide to Hydration,” *Nutr. Food Sci.*, 2010.
- [6] J. J. Garrett, *The Element of User experience: User-Centered Design for The Website and Beyond*. Berkeley, 2011.
- [7] B. Still and K. Crane, *Fundamentals of User-Centered Design*. CRC Press, 2017.
- [8] S. Herawati, *Konsep Interaksi Manusia Dan Komputer*. Media Nusa Creative, 2019.
- [9] L. Angela and E. Erandaru, “Studi Perbandingan Teori dan Praktek Proses Perancangan UI/UX di Aryanna,” *J. DKV Adiwarna*, 2022.
- [10] T. K. L. Schleyer, T. P. Thyvalikakath, and J. Hong, “What is User-Centered Design,” *J. Am Dent Assoc*, 2007.
- [11] C. Wharton, J. Rieman, C. Lewis, and P. Polson, *The Cognitive walkthrough Method: A Practitioner's Guide*. Colorado: Institue of Cognitive Science, 1994.
- [12] J. Nielsen, “Usability Inspection Methods,” in *Conference Companion on Human Factors in Computing Systems*,” 1994.
- [13] A. Adytia, M. R. Naratama, M. A. Azhari, and L. Rahmatuti, “Uji Kegunaan



- Perangkat Lunak menggunakan Metode Cognitive Walkthrough,” *Semin. Nas. Off. Stat.*, 2021.
- [14] A. P. Sage and W. B. Rouse, *Handbook of Systems Engineering and Management*. 1999.
- [15] J. Sauro and J. R. Lewis, *Quantifying the User experience: Practical Statistics for User Research*. 2012.
- [16] J. Nielsen, “Why You Only Need to Test with 5 Users,” 2018.
- [17] F. S. F. Kusumah, H. Fajri, and D. Mahendra, “Perancangan UI/UX aplikasi Sensus Pajak Daerah DKI Jakarta berbasis Mobile dengan metode User centered design,” *J. Ilm. Multidisiplin Indones.*, 2023.
- [18] A. Rachman, Y. A. D. Saputra, M. Hafidz, Z. A. I. Sugiman, and Y. Sahria, “Perancangan UI / UX Aplikasi Integrasi Teknologi Finansial " Fihub " Menggunakan Metode User-Centered Design,” *J. Inform. dan Tek. Elektro*, 2024.
- [19] A. P. Fajar, R. Permatasari, and A. R. E. Najaf, “Analisis Dan Perancangan Desain UI / UX Website Startup Jasa Security Menggunakan Metode User Centered Desain,” *Publ. Ilmu Ketenikan Ind. Tek. Elektro dan Inform.*, 2024.
- [20] H. Hawari, A. Musnansyah, and F. M. Al Anshary, “Perancangan Ulang UI/UX Website Pengolahan Sampah Menggunakan Metode Design Thinking (Startup XYZ),” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, 2023.
- [21] A. Wulansari and T. Kristiana, “Sistem Informasi Survey Online Berbasis Website Pada Pt. Citi Asia International Menggunakan Metode Waterfall,” *J. Sist. Inf. dan Inform.*, 2022.
- [22] R. Zidan, *Perancangan Ulang User interface Berbasis User Experience Pada Aplikasi MY DAQU Menggunakan Metode User Centered Design*. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah., 2022.
- [23] M. Defriani, M. G. Resmi, and I. Jaelani, “Uji Usability Dengan Metode Cognitive walkthrough Dan Sistem Usability Scale (SUS) Pada Situs Website STT Wastukencana,” *J. Inf. Technol. Comput. Sci.*, 2021.
- [24] I. Standard, *Ergonomics of human-sistem interaction Part 210: Human-centred design for interactive systems*. ISO 9241-210:2019, 2019.
- [25] A. Endmann and D. Kefsner, “User journey Mapping – A Method in User

- experience Design,” *Oldenbg. Wissenschaftsverlag*, 2016.
- [26] I. D. P. Nugroho and N. S. Fatonah, *Penerapan User Centered Design Untuk Sistem Contingency Plan*. 2022.
- [27] S. Krug, *Don't Make Me Think!: A Common Sense Approach to Website Usability*. 2005.
- [28] J. J. Garret, *The Elements of User experience : User Centered Design*. 2002.
- [29] B. Crandall, *A Practitioner's Guide to Cognitive Task Analysis*. 2006.
- [30] J. R. L. Jeff Sauro, *Quantifying the User Experience*. 2016.
- [31] A. Smeaton, A. Jaafar, H. Badioze Zaman, M. A. Nazlena, P. Robinson, S. Velastin, and T. K. Shih, *Advances in Visual Informatics: 4th International Visual Informatics Conference*. Springer International Publishing, 2024.