

LAPORAN AKHIR PROYEK SISTEM INTERAKSI
RE-*DESIGN* WEBSITE INDOMARET



Kelas : A
Nama Kelompok : Tokopedia
Nama Ketua : Enrico Jano Fiandi - 1506689490
Nama Anggota : Bella Nadhifah Agustina - 1506689345
Ichsandy Rizki - 1506757762
Nabilah Zhafira Viderisa - 1506721806

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
2017

Ringkasan

Indomaret merupakan jaringan *minimarket* yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret telah memanfaatkan pembuatan *website* dalam menampilkan segala jenis informasi. Mulai dari informasi produk yang disediakan, informasi lowongan kerja, berita terkini mengenai Indomaret, maupun informasi mengenai kerjasama dengan pihak lain. Dalam pelaksanaan bisnis Indomaret, website Indomaret memiliki peranan yang cukup penting. Hal itu dikarenakan website tersebut menjadi portal informasi dan media yang dapat digunakan oleh pengguna berkomunikasi dengan Indomaret. Namun begitu, dalam pengembangannya, website Indomaret masih perlu ditingkatkan kembali. Baik dari segi *User Interface(UI)*, maupun *User Experience(UX)*. Oleh karena itu, kelompok Tokopedia berusaha melakukan redesain terhadap website Indomaret yang sudah ada (www.indomaret.com).

Dalam melakukan redesain terhadap website Indomaret, kelompok Tokopedia melakukan *establishing requirement, designing alternative*, pembuatan *information architecture* dan *low-fidelity prototype*. Kemudian pada tahap ini kami telah membuat *high-fidelity prototype* yang siap untuk dilakukan *usability-testing*.

Dalam mengumpulkan data, kami menemukan bahwa pengguna yang mengakses website ini adalah pengguna yang ingin melihat produk dari Indomaret, mendaftar lowongan kerja di Indomaret, maupun pengguna yang memiliki kepentingan untuk menjalin kerjasama dengan Indomaret. Masing-masing pengguna yang mengakses website Indomaret memiliki karakteristik yang berbeda-beda, maka kami mengumpulkan karakteristik-karakteristik tersebut menjadi sebuah persona. *Persona* digunakan untuk menyesuaikan website yang akan kami redesain dengan masing-masing karakteristik pengguna yang mungkin mengakses website Indomaret. Selain itu, kami juga memanfaatkan 8 *Golden Rules* untuk memberikan solusi terhadap website yang akan kami redesain.

Selanjutnya, kami membuat *Information Architecture* dan *low-fidelity prototype* dilanjutkan dengan membuat *high-fidelity prototype* yang realisasikan menjadi suatu bentuk website *prototype* yang sudah dapat diakses. *Website prototype* dibuat dengan menggunakan html, css, bootstrap dan JQuery. Adapun pembuatan *high-fidelity prototype* telah disesuaikan dengan hasil *mock-up* setelah dilakukannya *usability-testing*. Hasil redesain kelompok kami dapat diakses di situs <http://bellnadh.hol.es/indomaret>.

Daftar Isi

Ringkasan	2
1. Pendahuluan	6
1.1. Latar Belakang	7
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Redesain Aplikasi	7
1.4. Ruang Lingkup dan Batasan	7
2. Tahapan Studi	8
3. Rancangan Redesain Interaksi	9
3.1. Persona dan Skenario	9
3.2. <i>Storyboard</i>	17
3.3. Penerapan <i>Eight Golden Rules of Interface Design</i>	20
4. Evaluasi Prototipe	24
4.1. Rancangan Pelaksanaan Evaluasi	24
4.2. Hasil Evaluasi	28
5. Penutup	36
5.1. Kesimpulan	37
5.2. Saran	37
Daftar Pustaka	38
Lampiran	39

Daftar Gambar

Gambar 1: Persona Faisal Satrio	11
Gambar 2: Persona Abdalla Chair	13
Gambar 3: Persona Ratri Ayu Chaniago	15
Gambar 4: <i>Storyboard</i> Melihat Testimoni	18
Gambar 5 : <i>Storyboard</i> Mengirim Pesan	19
Gambar 6: Menjalin Kerjasama Mitra dengan Indomaret	20
Gambar 7: Header <i>Website</i> Indomaret	31
Gambar 8: Bagian <i>Header</i> Artikel Setelah Revisi	31
Gambar 9: Jarak Antara Paragraf Berita dengan Komentar Setelah Direvisi	32
Gambar 10: Notifikasi Pesan Sukses Terkirim	33
Gambar 11: Notifikasi Pesan Pendaftaran Mitra Sukses Terkirim	35
Gambar 12: Fitur Testimoni Pemasok	36

Daftar Tabel

Tabel 1: Penerapan <i>Eight Golden Rules of Interface Design</i>	20
Tabel 2: Ringkasan Karakteristik Partisipan <i>Usability Evaluation</i>	28
Tabel 3: Ringkasan Penyelesaian <i>Task</i> Oleh Partisipan	29
Tabel 4: Rekomendasi Halaman Beranda	32
Tabel 5: Rekomendasi <i>Task</i> Melakukan Kontak Indomaret	34
Tabel 6: Rekomendasi <i>Task</i> Pendaftaran Mitra	35
Tabel 7: Rekomendasi <i>Task</i> Melihat Testimoni	36

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Di era teknologi seperti saat ini, Indomaret sebagai salah satu pasar swalayan terbesar dan terkemuka di Indonesia, tentunya harus mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk dapat berinteraksi dan menjangkau para konsumennya. Salah satu cara agar Indomaret dapat menjangkau konsumennya melalui teknologi informasi adalah dengan melalui *website*. *Website* merupakan salah satu sarana teknologi informasi yang banyak dimanfaatkan oleh berbagai jenis perusahaan. Indomaret saat ini telah memanfaatkan teknologi tersebut dengan situs nya <http://indomaret.co.id/>. Website Indomaret ini bertujuan untuk memberikan informasi-informasi mengenai Indomaret mulai dari info promo-promo yang ada di Indomaret, bagaimana cara menjalin kerjasama dengan Indomaret, sampai berita-berita terbaru seputar Indomaret.

Namun, setelah kami mempelajari *website* Indomaret, menelusuri setiap *page* yang ada di *website* ini, serta mempelajari target pengguna, kami menemukan beberapa masalah pada *User Interface*, *User Experience*, dan beberapa fitur-fitur yang menurut kami penting namun belum diimplementasikan. Menurut kami hal-hal tersebut tidak mendukung tercapainya visi misi perusahaan Indomaret. Beberapa masalah itu diantaranya adalah *website* memakan waktu yang lama untuk dibuka, *website* memiliki *design* yang kompleks dan terlalu “ramai”, duplikasi *icon social media* pada satu halaman yang sama sehingga dapat membuat bingung penggunanya, *icon share* yang tidak merepresentasikan fungsinya, dan masih banyak lagi.

Oleh karena kekurangan-kekurangan *website* Indomaret yang telah kami temukan tersebut, serta dengan masukan dari para *user website* Indomaret yang kami wawancara, maka kami melakukan redesain sistem interaksi dan *interface* pada *website* Indomaret dengan harapan hasil redesain *website* Indomaret yang kami lakukan ini dapat menjadikan *website* Indomaret lebih baik, mudah digunakan, dan dapat mencapai tujuan dari *user* yang menggunakannya. Redesain *website* yang kami lakukan meliputi perbaikan tampilan, pemilihan warna, penempatan informasi, serta perbaikan alur dalam penggunaan suatu fitur tertentu.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *website* Indomaret sudah menerapkan *Eight Golden Rules* dengan baik?
2. Apakah fitur-fitur yang ada pada *website* Indomaret sudah sesuai dengan kebutuhan user?
3. *User* merasa bahwa tampilan dari *website* Indomaret masih belum enak untuk dilihat dan tidak konsisten. Apakah upaya yang dapat dilakukan agar tampilan *website* Indomaret dapat dimengerti user dengan mudah?
4. *User* menemukan beberapa masalah yang terdapat pada *website* Indomaret. Apakah upaya yang dapat dilakukan untuk menanggulangi masalah-masalah tersebut?
5. Apakah *website* yang telah diredesain sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan user?

1.3. Tujuan Redesain Aplikasi

1. Memperbaiki *website* Indomaret agar dapat sesuai dengan Eight Golden Rules.
2. Me-redesain *website* Indomaret agar sesuai dengan kebutuhan *user*.
3. Memperbaiki tampilan *website* Indomaret agar dapat mudah dimengerti dan digunakan *user*.
4. Mencari tahu masalah-masalah yang ada pada *website* dan melakukan redesain untuk menanggulangi masalah-masalah tersebut..
5. Memperbaiki *website* yang telah diredesain agar sesuai keinginan *user*.

1.4. Ruang Lingkup dan Batasan

Ruang Lingkup dari proses redesain ini dibagi menjadi 2 buah yaitu fokus kepada *content management* agar dapat terlihat lebih *appealing* di mata *user* dan fokus kepada proses interaksi 2 arah antara *user-user* dan *sistem-user*. Kami tidak melakukan redesain secara keseluruhan atau menambahkan fitur baru kedalam *website* dikarenakan secara fungsionalitas sebagai *website* yang menyediakan informasi, *website* Indomaret sudah cukup untuk memenuhi standar tersebut. Dalam proses redesain kami memberikan batasan desain berdasarkan *Eight Golden Rules*, jadi segala perubahan yang kami lakukan tidak keluar dari *scope* yang berada di *Eight Golden Rules*.

2. Tahapan Studi

Dalam melaksanakan redesain *website* Indomaret, kami melakukan studi berdasarkan tahapan-tahapan yang kami pelajari dari *templates* yang telah disediakan. Setiap tahapan studi ini memiliki tujuan untuk mengetahui apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan redesain terhadap *website* Indomaret.

2.1. Establishing Requirement

Pada tahapan ini, kami mengumpulkan informasi-informasi terkait dengan pengembangan *website* Indomaret. Informasi tersebut kami dapatkan dengan melakukan analisa terhadap kebutuhan dari pengguna *website* Indomaret. Kami melakukan wawancara dengan pengguna *website* Indomaret secara langsung. Dari hasil analisa yang telah didapatkan, kami melakukan *task analysis* dengan menyesuaikan aplikasi saat ini dengan *Eight Golden Rules*. Setelah itu kami mencoba merumuskan solusi atas permasalahan-permasalahan yang berhasil kami identifikasi.

2.2. Designing Alternative

Setelah informasi pengguna didapatkan, kami membuat persona dalam melakukan desain tahap awal. Persona adalah bentuk representasi dari keseluruhan pengguna *website* Indomaret. Setiap persona merepresentasikan karakteristik pengguna yang berbeda-beda. Setelah membuat persona, kami membuat skenario. Skenario akan merepresentasikan setiap task dari *website* Indomaret. Setelah itu kami membuat *storyboard* yang akan digunakan untuk menjelaskan skenario agar lebih mudah dipahami.

2.3. Information Architecture dan Wireframing

Information Architecture (IA) merupakan tahapan awal dalam membuat *mock-up*. *Information Architecture* berisi tentang hubungan antar desain yang akan kami buat, memetakan keseluruhan navigasi yang ada pada *website*. Setelah IA dibuat, kami merancang *low-fidelity mock-up (wireframe)* menggunakan Balsamiq. Tentunya rancangan dari *low-fidelity mock-up* telah disesuaikan dengan hasil analisa yang telah kami dapatkan.

2.4. Clickable Mockup

Setelah rancangan *low-fidelity mock-up* dibuat, kami membuat *high-fidelity mock-up* berupa *website* dengan menggunakan html, bootstrap, css, JQuery dan beberapa *assets* yang diperbaharui agar tampilan UI dari *website* Indomaret lebih nyaman dilihat. Beberapa *assets* dibuat sendiri menggunakan *photoshop*, seperti *login* waralaba, *logo call-center*, dan cari lokasi gerai. *High-fidelity mock-up* dari

website Indomaret dibuat mendekati hasil final agar pengguna mendapat *insight* dan dapat merasakan secara langsung menggunakan *website* Indomaret meski hanya berupa *prototype*.

2.5. Usability Testing

Tahap terakhir dalam melakukan proses redesain adalah *usability-testing*. Kami melakukan *usability-testing* terhadap *website* Indomaret yang lama dan *website* Indomaret yang baru. Kedua versi *website* disandingkan untuk dibandingkan oleh pengguna. Pengguna yang melakukan testing adalah pengguna yang memiliki karakteristik-karakteristik yang sesuai dengan persona. Hasil evaluasi dimanfaatkan untuk memperbaiki desain *website* yang tengah kami kembangkan.

3. Rancangan Redesain Interaksi

Untuk melakukan redesain pada suatu *website* agar tercapainya tujuan dan tersampaikan dengan baik kepada penggunanya, maka dilakukanlah tahap Rancangan Redesain Interaksi dengan cara menggunakan *tools* yaitu *user persona*, *scenario*, *story board*, *mock-up* dan dibutuhkan pengaplikasian *Eight Golden Rules of Interface Design* pada *design mock-up* yang akan kita buat. Pembuatan persona, skenario, dan storyboard berdasarkan tujuan dari fitur yang akan kami kembangkan ini yaitu Fitur Testimoni, Fitur Pendaftaran Mitra Indomaret, dan Tampilan Halaman Berita kepada setiap target pengguna nya yang akan dijelaskan berikut ini.

3.1. Persona dan Skenario

Persona merupakan bentuk representasi dari pengguna yang akan mengakses suatu produk. Dalam hal ini, persona yang kami tampilkan adalah karakteristik-karakteristik dari setiap pengguna yang mungkin mengakses *website* Indomaret. Pembuatan ketiga persona dibawah ini disesuaikan berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna *website* Indomaret.

1. Faisal Satrio

“Time is precious, waste it wisely”



Gambar 1: Persona Faisal Satrio.

About : Sebagai mahasiswa yang aktif, Faisal memiliki cara berpikir yang sangat kritis. Faisal sering kali memberikan masukan-masukan kepada produk maupun jasa terkait kualitas yang diberikan kepada dirinya.

Channel Usage:

- Memiliki smartphone IOS
- Memiliki laptop macbook
- Terbiasa menggunakan layanan jual-beli *online*
- Memiliki fasilitas untuk melakukan akses koneksi ke internet dengan mudah.

Goals:

- Menginginkan untuk dapat menyampaikan komplain dengan mudah

Pain Points:

- Tidak menyukai website yang memiliki fitur pengiriman pesan yang menarik


Pain Reliever:

- Menyukai fitur pengiriman pesan dapat digunakan dengan mudah dalam suatu *website*
- Menginginkan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik

2. Abdalla Chair

“Charisma is not just saying hello”

Abdalla Chair



About

Seorang pengusaha yang ingin mengekspansi usahanya dengan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang unggul dan memiliki citra dan masa depan yang baik.

Goals

- Meninginkan flow website yang jelas dan konsisten.
- Meninginkan website memiliki informasi yang ingin ia dapatkan dengan lengkap.
- Meninginkan informasi yang akurat mengenai citra yang dimiliki oleh calon perusahaan yang akan ia tawarkan kerja-sama

Personality

Introvert	Extrovert
Sensing	Intuition
Thinking	Feeling
Judging	Perceiving

Motivation

Fear	
Growth	
Power	
Comfort	

Hobbies

Debat Rapet Bekerja

Mendengar kan Musik Bermain Golf

Channel Usage

- Memiliki laptop
- Memiliki kemampuan melakukan penjelajahan informasi di dunia maya.

Pain Points:

- Tidak menyukai website dengan informasi yang kurang jelas
- Tidak menyukai website yang memiliki informasi tidak akurat
- Tidak menyukai website yang tidak memiliki informasi yang lengkap

Pain Reliever:

- Meninginkan website yang dibuat sedemikian sehingga mudah untuk diakses
- Meninginkan website yang memiliki informasi lengkap terlebih untuk testimoni kemitra-an
- Meninginkan website yang memiliki informasi terpercaya dan akurat

Gambar 2: Persona Abdalla Chair.

About: Seorang pengusaha yang ingin mengekspansi usahanya dengan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang unggul dan memiliki citra dan masa depan yang baik.

Goals:

- Menginginkan *flow website* yang jelas dan konsisten.
- Menginginkan *website* memiliki informasi yang ingin ia dapatkan dengan lengkap.
- Menginginkan informasi yang akurat mengenai citra yang dimiliki oleh calon perusahaan yang akan ia tawarkan kerja-sama

Channel Usage:

- Memiliki laptop
- Memiliki kemampuan melakukan penjelajahan informasi di dunia maya.

Pain Points:

- Tidak menyukai *website* dengan informasi yang kurang jelas
- Tidak menyukai *website* yang memiliki informasi tidak akurat
- Tidak menyukai *website* yang tidak memiliki informasi yang lengkap

Pain reliever:

- Menginginkan *website* yang dibuat sedemikian sehingga mudah untuk diakses
- Menginginkan *website* yang memiliki informasi lengkap terlebih untuk testimoni kemitra-an
- Menginginkan *website* yang memiliki informasi terpercaya dan akurat

3. Ratri Ayu Chaniago

“Keep life simple”



Gambar 3: Persona Ratri Ayu Chaniago.

About: Seorang pengusaha yang selalu berusaha melakukan ekspansi usaha dagangnya dengan mencari lapak untuk menjual barang dagangannya sesuai dengan kebutuhan bisnis. Beliau juga merupakan orang yang kritis dan pandai menawar.

Goals:

- Menginginkan *website* yang *to-the-point*
- Menginginkan penyampaian informasi yang relevan.
- Menginginkan tersedianya informasi secara lengkap dan akurat serta mudah dipahami.

Channel Usage:

- Memiliki laptop
- Memiliki kemampuan melakukan penjelajahan informasi di dunia maya.

Pain Points:

- Tidak menyukai *website* dengan informasi yang kurang jelas
- Tidak menyukai *website* yang kurang mudah dipahami.
- Tidak menyukai informasi dan arahan yang tidak *to-the-point*..

Pain Reliever:

- Menyukai *website* dengan informasi jelas dan terpercaya.
- Menyukai *website* dengan fitur dan arahan penggunaan yang jelas dan tidak bertele-tele.
- Menyukai *website* yang sering dilakukan *update* secara berkala terkait informasi terbaru yang ada.

SKENARIO

1. Mengirim Pesan di Indomaret

Faisal merupakan seorang mahasiswa yang kritis. Sebagai mahasiswa yang hidup di jaman milenial, Faisal lebih suka memanfaatkan teknologi untuk membantu keberlangsungan hidupnya sehari-hari. Salah satu pemanfaatan tersebut adalah mencari promosi dan produk-produk yang tersedia. Namun karena Faisal memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi dan pemikirannya sangat kritis, Faisal sering sekali menemukan kejanggalan pada *website* Indomaret. Dari mulai kebenaran informasi, pelayanan yang ia terima secara langsung, maupun *website* yang sering Faisal gunakan itu. Oleh karena itu, Faisal membutuhkan untuk dapat mengirim pesan ke pihak Indomaret atas kritik dan saran darinya.

Hal yang pertama yang dilakukan Faisal saat menemukan *website* dari *supermarket* yang dekat dengan kostan-nya adalah tentu saja dengan langsung membuka *ribbon* di paling kanan dengan tulisan “Hubungi Kami”. Setelah di-klik, *website* akan menampilkan form yang berisi tentang perihal, nama, nomor hp dan kolom untuk menyuarakan pendapatnya. Setelah semua terisi dengan benar, Faisal dapat langsung meng-klik tombol kirim dan pesan akan disampaikan ke pihak Indomaret.

2. Melihat Testimoni di Indomaret

Abdalla merupakan seorang pengusaha. Beliau sangat gemar melakukan kerjasama dengan perusahaannya dalam rangka mengekspansi perusahaannya atau menawarkan kontrak kerjasama lainnya seperti salah satu contohnya adalah memasang ATM. Namun, tidak semua perusahaan ditawarkan kerjasama oleh Abdalla. Hanya perusahaan yang memiliki citra baik dan memiliki potensi yang menguntungkan untuk perusahaan Abdalla. Oleh karena itu, Abdalla memiliki kepentingan untuk melihat testimoni yang diberikan mitra-mitra lainnya terhadap suatu perusahaan.

Apabila Abdalla hendak melihat testimoni dari Indomaret, langkah pertama yang dilakukan Abdalla adalah meng-klik *ribbon* bertuliskan mitra. Setelah itu akan muncul

dropdown. Klik pilihan testimoni. Setelah itu *website* akan menampilkan halaman berisi testimoni dari mitra-mitra yang telah bekerja-sama dengan Indomaret sebelumnya. Testimoni tersebut sudah diurutkan berdasarkan waktu di-*post*-nya oleh para mitra.

3. Menjalin Kerjasama Mitra dengan Indomaret

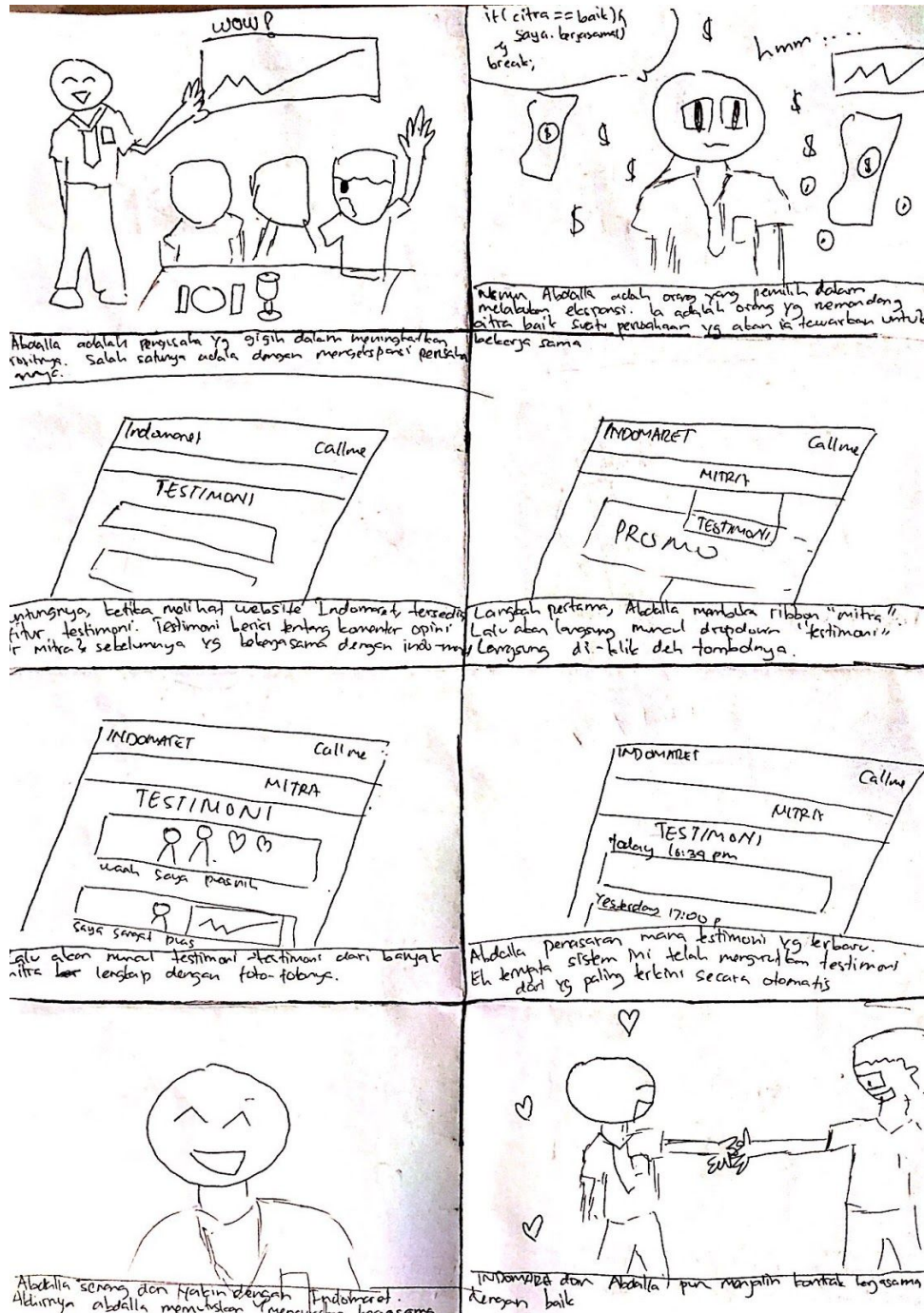
Ratri merupakan seorang pengusaha yang ingin melakukan ekspansi bisnis. Cara yang ingin Ratri lakukan untuk meng-ekspansi bisnis perusahaannya adalah dengan membuka kios cabang di *supermarket*. Ratri telah melakukan berbagai cara untuk mencari informasi mengenai bagaimana menyewa teras di supermarket, mulai dari bertanya ke pegawai-pegawai *supermarket* sampai mencari informasi-informasi di koran. Namun Ratri masih belum menemukan informasi yang ia butuhkan. Akhirnya Ratri mencoba untuk mencari informasi di internet. Saat sedang berselancar di dunia maya, Ratri menemukan suatu *website* yang sesuai dengan tujuannya, yaitu *website* Indomaret. Setelah menemukan *website* Indomaret, hal pertama yang dilakukan Ratri adalah mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan Indomaret tersebut melalui *company profile* yang terdapat pada *website*. Setelah itu Ratri akan mencari fitur halaman mitra untuk menjalin kerjasama dengan Indomaret. Karena Ratri ingin melakukan sewa teras untuk memperluas bisnisnya, Ratri membuka halaman sewa teras. Setelah membuka halaman tersebut, Ratri akan mempelajari informasi-informasi terkait penyewaan teras. Selanjutnya Ratri akan mengisi data-data yang dibutuhkan untuk melakukan sewa teras pada *form* yang tersedia, seperti data diri dan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan Ratri. Setelah *form* terisi lengkap, Ratri harus menyetujui *terms and condition* dan men-*submit form*. Setelah melakukan hal-hal tersebut Ratri berhasil mendaftar untuk menjalin mitra dengan *supermarket* tersebut. Nantinya Ratri akan dihubungi oleh pihak *supermarket* untuk proses lebih lanjut.

3.2. Storyboard

Storyboard terdiri atas sekumpulan sketsa yang menggambarkan tahapan-tahapan yang dilalui pengguna ketika menyelesaikan *task* dengan aplikasi yang sudah Anda desain ulang. *Storyboard* dapat berupa kumpulan dari sketsa tampilan (*screens*) atau *scenes* yang menunjukkan proses menyelesaikan

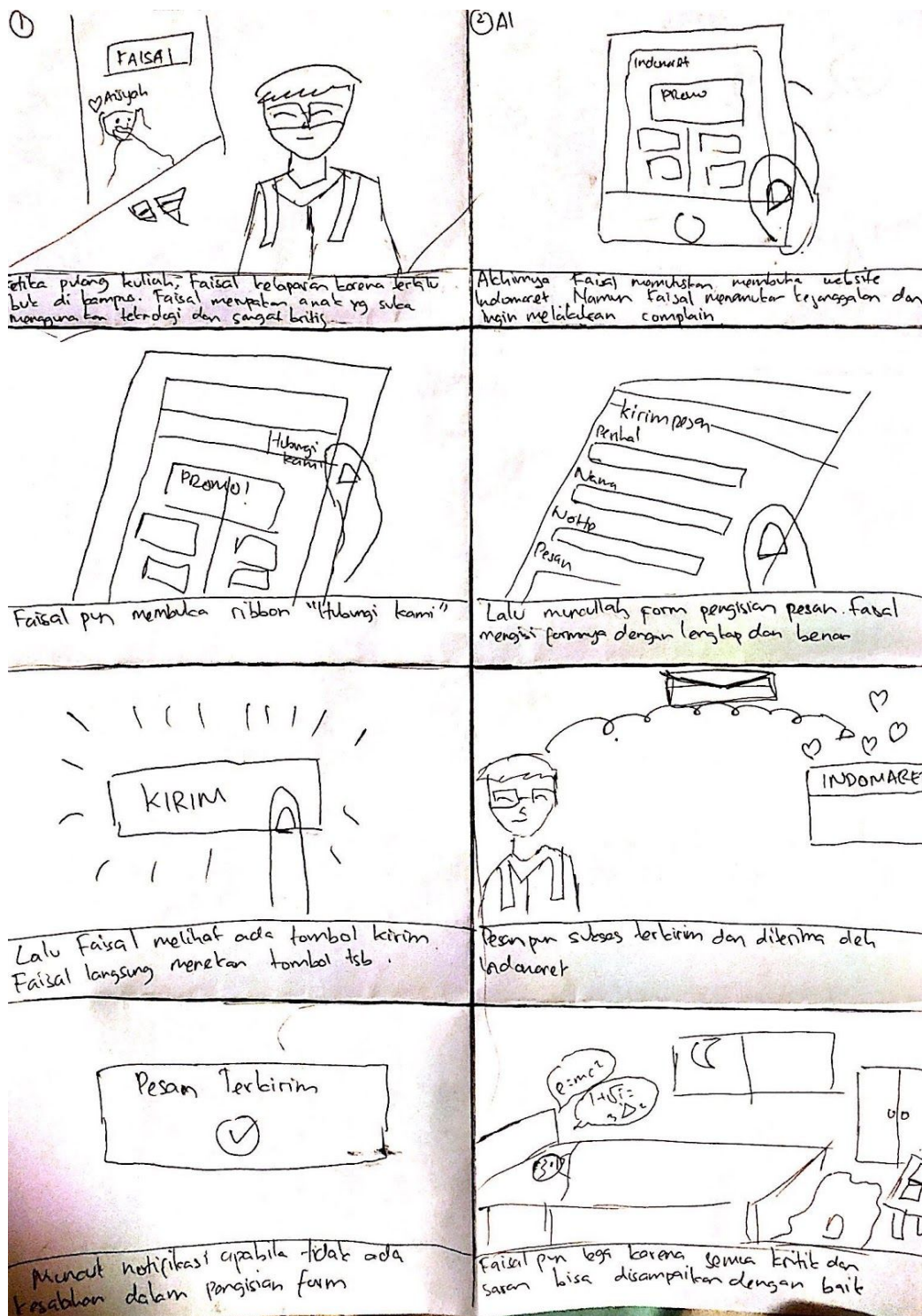
task dengan produk interaktif. Ketika digabung dengan skenario, *storyboard* melengkapi langkah-langkah interaksi di aplikasi dengan konteks penggunaan yang diceritakan dalam skenario.

3.2.1 Storyboard Melihat Testimoni



Gambar 4: Storyboard Melihat Testimoni

3.2.2 Storyboard Mengirim Pesan



Gambar 5: Storyboard Mengirim Pesan

3.2.3 Storyboard Menjalin Kerjasama Mitra dengan Indomaret



Gambar 6: Storyboard Menjalin Kerjasama Mitra dengan Indomaret

3.3. Penerapan Eight Golden Rules of Interface Design

Tabel 1: Penerapan Eight Golden Rules of Interface Design

#	Rules	Kondisi Sistem Saat Ini
1.	Strive for Consistency <i>Consistent sequences of actions should be required in similar situations; identical terminology should be used in prompts, menus, and help screens; and consistent color, layout, capitalization, fonts, and so on should be employed throughout.</i>	Dari segi konsistensi, <i>layouting</i> dari <i>website</i> Indomaret sudah cukup konsisten karena telah menggambarkan warna dasar dari perusahaan Indomaret yaitu warna biru pada setiap <i>page</i> yang ada, dari sisi <i>font</i> pada setiap <i>page website</i> juga sama, konten <i>header</i> , <i>footer</i> , dan menu <i>screen</i> dari <i>website</i> Indomaret juga konsisten terdapat pada setiap <i>page website</i> Indomaret sehingga memudahkan <i>user</i> untuk melakukan navigasi pada <i>website</i> Indomaret.

2.	<p>Cater to Universal Usability – Enable frequent users to use shortcuts</p> <p><i>As the frequency of use increases, so do the user's desires to reduce the number of interactions and to increase the pace of interaction. Abbreviations, function keys, hidden commands, and macro facilities are very helpful to an expert user.</i></p>	<p><i>Website</i> Indomaret saat ini memiliki tujuan hanya untuk menampilkan berita dan informasi seputar Indomaret, jadi setiap <i>page</i> yang ada tidak memiliki <i>deeper functionality</i> sehingga tidak dibutuhkan <i>shortcut</i> dalam website Indomaret.</p>
3.	<p>Offer Informative Feedback</p> <p><i>For every user action, there should be system feedback. For frequent and minor actions, the response can be modest, whereas for infrequent and major actions, the response should be more substantial.</i></p>	<p>Pada <i>website</i> indomaret, tidak ada mekanisma <i>feedback</i> yang diberikan. interaksi yang berjalan di website tersebut hanya berjalan satu arah, <i>user</i> hanya dapat melihat informasi yang ditampilkan oleh <i>website</i> Indomaret tanpa mendapatkan <i>feedback</i> apapun dari <i>website</i> tersebut, tidak adanya fitur <i>chat</i> dengan admin, ataupun fitur komentar pada halaman berita di <i>website</i> Indomaret.</p>
4.	<p>Design Dialogs to yield Closure</p> <p><i>Sequences of actions should be organized into groups with a beginning, middle, and end. Informative feedback at the completion of a group of actions gives operators the satisfaction of accomplishment, a sense of relief, a signal to drop contingency plans</i></p>	<p>Pada <i>website</i> Indomaret, <i>menu</i> pada bagian <i>header website</i> sudah memiliki <i>sub menu</i> yang dikelompokan berdasarkan <i>base menu</i> sehingga memudahkan <i>user</i> untuk menjalankan proses yang bersifat sekuensial, contohnya ketika <i>user</i> mengklik <i>menu</i> MITRA, maka akan terdapat <i>sub menu</i> pemasok, penawaran properti & lokasi, sewa teras, pendaftaran ATM, dan hubungi kami. Setelah itu <i>user</i> dapat melanjutkan aksinya untuk memilih opsi mitra yang ingin diakses, pada setiap opsi tersebut akan terdapat formulir</p>

	<i>from their minds, and an indicator to prepare for the next group of actions.</i>	yang nantinya dapat digunakan user untuk menggunakan jasa mitra
5.	Prevent Errors <i>As much as possible, design the system so the user cannot make a serious error. If an error is made, the system should be able to detect the error and offer simple, comprehensible mechanisms for handling the error.</i>	Pencegahan <i>error</i> pada <i>website</i> Indomaret sudah dilakukan, contohnya pada saat mengisi formulir, jika data formulir yang diisi tidak lengkap dan user meng- <i>submit</i> formulir tersebut, maka formulir tersebut akan gagal di- <i>submit</i> karena tidak terjadi <i>redirection</i> , namun tidak ada pesan <i>error</i> yang menyatakan formulir tersebut tidak lengkap, sehingga dapat memberikan kebingungan kepada <i>user</i> .
6.	Permit Easy Reversal of Actions <i>This feature relieves anxiety, since the user knows that errors can be undone; it thus encourages exploration of unfamiliar options. The units of reversibility may be a single action, a data entry, or a complete group of actions.</i>	Karena aksi <i>post</i> dalam <i>website</i> ini hanyalah pada saat mengisi formulir, dan pada saat pengisian formulir gagal, tidak ada proses <i>reversal</i> untuk memperbaiki data yang salah sehingga user tidak dapat mengetahui bagian formulir mana yang diinput salah oleh <i>user</i> .
7	Support Internal Locus of Control <i>Experienced operators strongly desire the sense that they are in charge of the system and that the system responds to their actions. Design the system to make users the initiators of actions rather than the responders.</i>	Pada <i>website</i> ini <i>user</i> hanya berperan sebagai <i>respondent</i> karena <i>website</i> ini hanya menampilkan informasi-informasi seputar <i>website</i> Indomaret. <i>User</i> hanya berperan sebagai <i>initiator</i> pada saat melakukan submit form saja.

8.	Reduce Short-Term Memory Load <i>The limitation of human information processing in short-term memory requires that displays be kept simple, multiple page displays be consolidated, window-motion frequency be reduced, and sufficient training time be allotted for codes, mnemonics, and sequences of actions.</i>	Pada <i>website</i> ini pada <i>homepage</i> terdapat banyak sekali konten berbeda yang ditampilkan sehingga dapat menyulitkan <i>user</i> untuk mengingat informasi-informasi yang ada. Ditambah pewarnaan konten yang serupa membuat <i>user</i> kebingungan untuk membedakan informasi dari setiap konten yang ada. Ditambah pada setiap halaman <i>web</i>
----	--	--

4. Evaluasi Prototipe

4.1. Rancangan Pelaksanaan Evaluasi

4.1.1 Tujuan

Tujuan dari *usability evaluation* ini adalah untuk mengetahui apakah *user/partisipan* dapat menggunakan fitur - fitur yang terdapat pada aplikasi website Indomaret dan untuk mengetahui apakah rekomendasi pembaharuan *website* Indomaret (*prototype website*) sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna nya. Selain itu, dengan adanya evaluasi dari partisipan, tim pengembang dapat meningkatkan lagi *website* yang telah dilakukan redesain sehingga hasilnya dapat lebih optimal.

4.1.2 Partisipan

Partisipan atau *tester* untuk melakukan *testing* yang kami ambil dalam proses *testing* ini berjumlah 5 orang. Karakteristik dari para partisipan ini kami sesuaikan dengan *user persona* yang sebelumnya sudah kami buat. Partisipan yang kami ambil sebagai *tester* kami berdomisili di Jabodetabek.

4.1.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan evaluasi, kelompok kami melakukan metode *Usability testing*, *Inquiry* dan Wawancara. Berikut merupakan penjelasan mengenai kedua metode tersebut:

- *Usability testing*

Metode ini digunakan untuk melakukan pengujian pada rancangan website yang telah kami lakukan redesain sebelumnya. Kami melakukan uji coba dengan beberapa *user/partisipan* yang belum pernah memakai *prototype* yang telah kami buat. Metode ini kami lakukan untuk melihat bagaimana *user* bereaksi terhadap berbagai pilihan yang telah kami sediakan.

- *Inquiry*

Metode ini digunakan untuk melakukan pengujian terhadap rancangan *website* yang sudah ada maupun yang telah kami redesain. Dengan metode

inquiry, kami mendapatkan informasi tentang apa yang *user* sukai dan *user* tidak sukai. Selain itu juga kami mendapatkan informasi mengenai kebutuhan *user* dan pemahaman *user* dalam mengakses *website* ini.

- *Wawancara*

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi-informasi yang tidak dapat diperoleh dengan metode-metode sebelumnya seperti kritik, komentar, dan saran dari pengalaman yang partisipan rasakan dalam percobaan *prototype* yang telah dibuat.

Adapun dalam melakukan *usability evaluation*, terdapat langkah-langkah yang harus ditempuh yaitu:

1. Menentukan tujuan *usability evaluation*
2. Mempersiapkan fitur yang menjadi poin penting untuk dilakukan *usability evaluation*
3. Mempersiapkan pertanyaan/ skenario untuk mendapatkan data perilaku pengguna dalam menggunakan poin penting tersebut
4. Mencari responden dengan kualifikasi tertentu sesuai dengan kriteria partisipan yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Menyerahkan kuisioner untuk diisi oleh responden / mengamati responden dalam menjalankan skenario yang telah ditetapkan
6. Mengumpulkan data isian
7. Melakukan pemetaan dan analisis
8. Presentasi hasil

4.1.4 Instrumen dan *Tools*

Instrumen yang digunakan untuk melakukan *usability evaluation* adalah Laptop untuk mengisi kuesioner dan mencatat hal apa saja yang dilakukan oleh partisipan. Kami membuat 2 buah kuisisioner yang akan diberikan untuk evaluasi website Indomaret dengan mock up yang telah kami buat. Berikut adalah *link* dari kuesioner yang telah kami buat. Kami menggunakan *Google Form* untuk membuat kuesioner tersebut.

<http://bit.ly/UEIndomaretLama>

<http://bit.ly/UEIndomaretBaru>

Terdapat beberapa 4 buah *task* yang akan kami berikan kepada partisipan yaitu :

1. Mengakses halaman berita

Scenario 1

Partisipan ingin mengakses halaman berita yang mengenai pencapaian dari Indomaret.

Scenario 2

Partisipan ingin membagikan artikel yang menurut dirinya menarik untuk dibagikan kepada teman-temannya di sosial media Facebook.

Scenario 3

Partisipan ingin memberikan komentar terkait artikel yang menurutnya menarik.

2. Mengontak Indomaret

Scenario 1

Partisipan ingin mengakses halaman kontak Indomaret untuk menyampaikan *concern*-nya terkait layanan Indomaret.

Scenario 2

Partisipan mengisi form kontak Indomaret dan menuliskan *concern*-nya

3. Mengisi *form* kerjasama

Scenario 1

Partisipan ingin melakukan kerjasama dengan pihak Indomaret dengan mengakses form pendaftaran

Scenario 2

Partisipan memilih *form* pendaftaran yang diinginkan dan mengisi data yang dibutuhkan dari partisipan.

4. Melihat Testimoni

Scenario 1

Partisipan ingin mengetahui testimoni dari setiap kerjasama yang telah dilakukan oleh Indomaret dengan cara mengakses halaman testimoni.

Scenario

Partisipan memilih salah satu testimoni yang telah dibuat oleh pembuat testimoni.

Pertanyaan interview

Interview task 1

- Bagaimana pendapat anda mengenai proses *surfing* berita di website Indomaret?
- Apakah ada kesulitan yang dialami dalam mengakses halaman berita?
- Bagaimana pendapat anda mengenai tampilan halaman berita?
- Hal apa saja yang menurut anda menarik di halaman berita?
- Bagaimana tanggapan anda mengenai fitur komentar di halaman berita, apakah berguna?

Interview task 2

- Apakah ada kesulitan ketika ingin mengakses halaman kontak Indomaret?
- Apakah penyampaian pesan lebih mudah dilakukan?

Interview task 3

- Bagaimana pendapat anda mengenai tampilan *form* pendaftaran?

- Apakah ada kesulitan saat pengisian *form*?
- Apakah notifikasi pada akhir pengisian *form* membantu anda?

Interview task 4

- Bagaimana pendapat anda mengenai halaman testimoni Indomaret?
- Apakah halaman testimoni sudah cukup informatif?
- Apakah ada kesulitan dalam mengakses halaman testimoni?

4.2. Hasil Evaluasi

4.2.1 Partisipan Evaluasi

Dalam proses evaluasi ini, kami melakukan *testing* pada lima partisipan. Berikut merupakan tabel karakteristik dari partisipan-partisipan yang telah mengikuti *usability evaluation* dari produk hasil redesain *website* Indomaret.

Tabel 2: Ringkasan Karakteristik Partisipan *Usability Evaluation*

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Instansi	Frekuensi mengakses website indomaret	Karakteristik pengguna
1	Doni	26	Pengangguran	-	Jarang	Sedang mencari pekerjaan yang sesuai dengan kemampuannya, hidup sendiri di Jakarta.
2	Randy	20	Mahasiswa	Institut Teknologi Bandung	Jarang	Mahasiswa yang tinggal di Depok, suka mencari informasi mengenai promo-promo di <i>supermarket</i> untuk mendapatkan harga termurah.

3	Dewi	25	Pengusaha		Kadang-kadang	Merupakan seorang pengusaha yang sedang ingin mencari mitra kerjasama untuk meng- <i>expand</i> usahanya. Berdomisili di Bekasi.
4	Jelita	20	Pengusaha	Universitas Indonesia	Kadang-kadang	Sedang mencari mitra untuk usahanya. Berdomisili di Bogor.
5	Ghea	20	Mahasiswa	Universitas Indonesia	Jarang	Mahasiswa yang tinggal di daerah Depok dekat dengan kampusnya. Suka berbelanja di Indomaret

4.2.2 Hasil Penyelesaian Partisipan Evaluasi

Dalam proses mengambil data untuk evaluasi, kami meminta para partisipan untuk menjalankan empat *task* yang sudah kami sediakan. Setelah menyelesaikan keempat *task* tersebut, kami menanyakan bagaimana pendapat mereka mengenai *tasks* tersebut. Berikut merupakan tabel ringkasan penyelesaian *task* oleh partisipan.

Tabel 3: Ringkasan Penyelesaian *Task* Oleh Partisipan

# ID Subyek	<i>Task 1</i>	<i>Task 2</i>	<i>Task 3</i>	<i>Task 4</i>
-------------	---------------	---------------	---------------	---------------

1.Doni	Mudah	Mudah	Mudah	Agak Sulit
2.Randy	Mudah	Mudah	Agak Sulit	Agak Sulit
3.Dewi	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah
4. Jelita	Mudah	Mudah	Mudah	Agak Sulit
5. Ghea	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah

Keterangan:

Mudah: Partisipan berhasil menyelesaikan *task* yang diberikan dengan mudah tanpa ada kesulitan.

Agak sulit: Partisipan sedikit mengalami frustasi atau agak lama menyelesaikan *task* yang diberikan, namun berhasil menyelesaikannya.

Cukup sulit: Partisipan mengalami kesulitan atau frustasi ketika menyelesaikan *task* yang diberikan, namun berhasil menyelesaikan tugas dengan sedikit arahan dari fasilitator.

Sangat sulit: Partisipan mengalami kesulitan sehingga tidak berhasil menyelesaikan *task* yang diberikan.

4.2.3 Isu dan Rekomendasi

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, para partisipan memiliki beberapa isu yang mereka temukan dan juga rekomendasi. Berikut isu dan rekomendasi partisipan berdasarkan *tasks*:

- Tampilan halaman berita

Temuan 1:

Partisipan umumnya merasa mudah dalam melakukan akses ke dalam halaman berita. Namun begitu, beberapa partisipan merasa tidak tertarik dengan adanya kolom berita tentang Indomaret di bagian halaman depan. Perlu adanya penyesuaian cara menampilkan berita pada halaman depan sehingga tidak membuat pengguna terganggu, namun tetap dapat memberikan portal informasi berita pada halaman depan.



Gambar 7: Header Website Indomaret

Temuan 2:

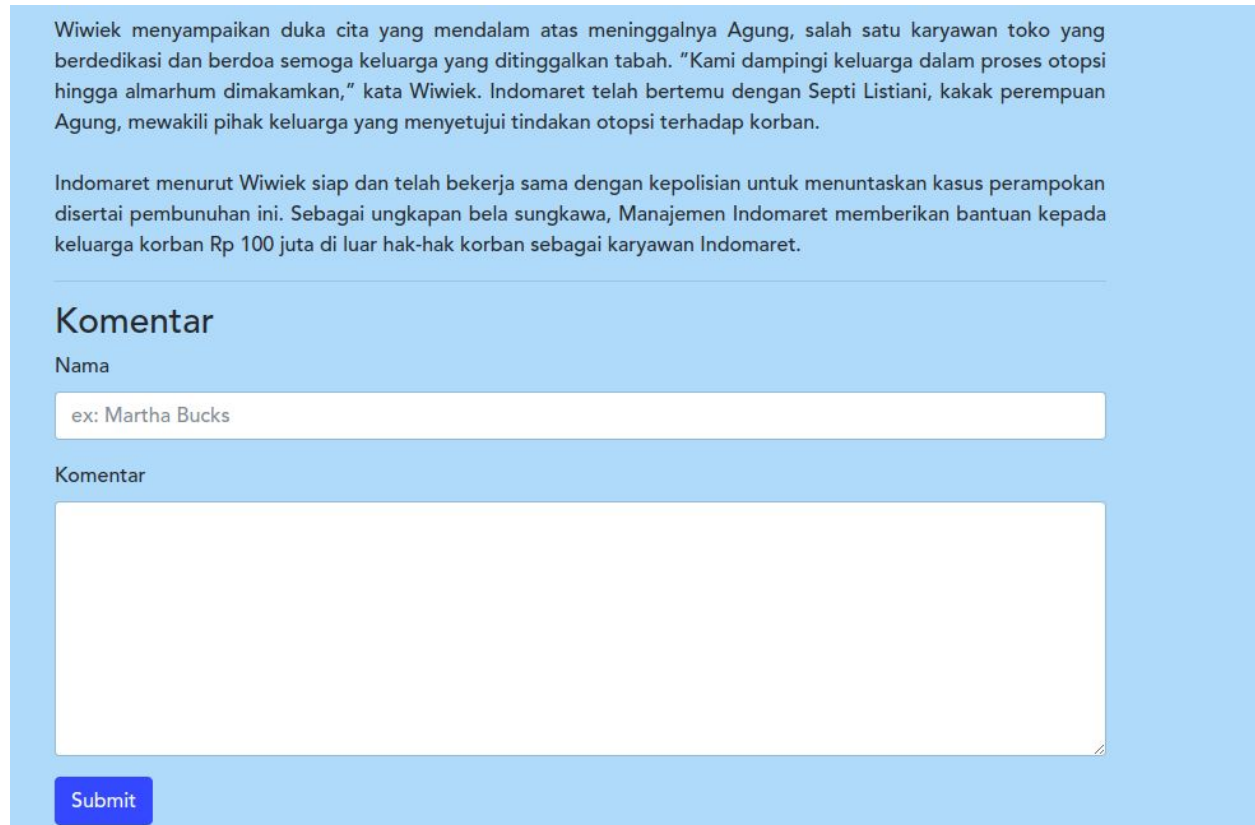
Partisipan umumnya merasa informasi yang diberikan pada halaman Indomaret mudah untuk diakses. Meski begitu, sebagian besar dari mereka merasa butuh informasi berupa tanggal pembuatan artikel. Dengan begitu, mereka dapat memiliki informasi terkait berita terbaru dan berita lama, serta dapat melihat seberapa aktifnya *website* Indomaret berjalan.



Gambar 8: Bagian *header* artikel setelah revisi

Temuan 3:

Partisipan umumnya memahami informasi yang ada di halaman berita, namun partisipan merasa terganggu dengan tidak adanya batasan antara paragraf artikel dengan fitur komentar yang terletak pada bagian bawah halaman.



Wiwiek menyampaikan duka cita yang mendalam atas meninggalnya Agung, salah satu karyawan toko yang berdedikasi dan berdoa semoga keluarga yang ditinggalkan tabah. "Kami dampingi keluarga dalam proses otopsi hingga almarhum dimakamkan," kata Wiwiek. Indomaret telah bertemu dengan Septi Listiani, kakak perempuan Agung, mewakili pihak keluarga yang menyetujui tindakan otopsi terhadap korban.

Indomaret menurut Wiwiek siap dan telah bekerja sama dengan kepolisian untuk menuntaskan kasus perampokan disertai pembunuhan ini. Sebagai ungkapan bela sungkawa, Manajemen Indomaret memberikan bantuan kepada keluarga korban Rp 100 juta di luar hak-hak korban sebagai karyawan Indomaret.

Komentar

Nama

ex: Martha Bucks

Komentar

Submit

Gambar 9: Jarak antara paragraf berita dengan komentar setelah direvisi

Tabel 4. Rekomendasi Halaman Beranda

Fakta Pendukung	Rekomendasi/ Komentar
"Tampilan berita di halaman apapun, tidak terdapat tanggalnya. Cukup sulit menentukan apakah berita ini merupakan berita yang <i>up-to-date</i> atau sudah lama."	"Perlu penambahan informasi penting seperti tanggal dan waktu berita terbit, serta siapa penerbitnya (<i>administrator, head of sales, etc</i>)"

“Agak sulit untuk baca artikelnya, soalnya dibagian bawah terlalu deket sama fitur komentar”	“Memberikan batasan yang jelas antara paragraf artikel dengan fitur komentar”
“Tab berita engga terlalu menarik kalau ditaruh di <i>navigation bar</i> ”	“Memindahkan letak navigasi berita ke bagian yang tidak terlalu menonjol seperti di bagian <i>footer</i> ”

- Melakukan Kontak Indomaret

Temuan 1:

Partisipan umumnya merasa mudah untuk melakukan kontak pihak Indomaret. Meski begitu, mereka merasa tidak mendapat kepastian terkait pesan yang mereka kirimkan. Perlu ada semacam notifikasi kepada pengirim pesan berupa email, serta pesan sukses yang menunjukkan bahwa pesan mereka akan dibalas dalam waktu beberapa lama melalui informasi kontak (misalnya email) yang mereka cantumkan.

The image shows a contact form interface with the following elements:

- Perihal:** A dropdown menu with the text "Pilih Perihal..." and a downward arrow.
- Nama:** A text input field containing "ex: Martha Bucks".
- Nomor Hp:** A text input field containing "ex: 0812345678".
- Pesan:** A large, empty text area for the message.
- Kirim:** A blue button located at the bottom right of the form.
- Success Notification:** A light green rounded rectangle overlay with the text "Pesan Sukses Terkirim" and a checkmark icon.

Gambar 10: Notifikasi Pesan Sukses Terkirim

Tabel . Rekomendasi Task Melakukan Kontak Indomaret

Fakta Pendukung	Rekomendasi/ Komentar
“Saya merasa khawatir apakah Indomaret benar-benar membaca pesan yang saya kirimkan? Jika iya, kemana Indomaret akan membalas pesan saya?”	“Perlu adanya jawaban konfirmasi dari pihak Indomaret untuk memastikan pengguna bahwa pesannya sudah dibaca. Pada halaman kontak juga perlu ditegaskan bahwa pesannya sudah terkirim dan akan segera dibalas oleh pihak Indomaret dan informasi estimasi pesan tersebut dibalas”
“Saya tidak yakin, kemana kah Indomaret akan membalas pesan saya? Apakah terdapat semacam halaman inbox? Jika iya, saya tidak berhasil menemukannya.”	“Perlu adanya penegasan informasi bahwa pesan yang pengguna kirimkan akan dibalas melalui email atau kontak yang pengguna cantumkan pada isian kontak.”

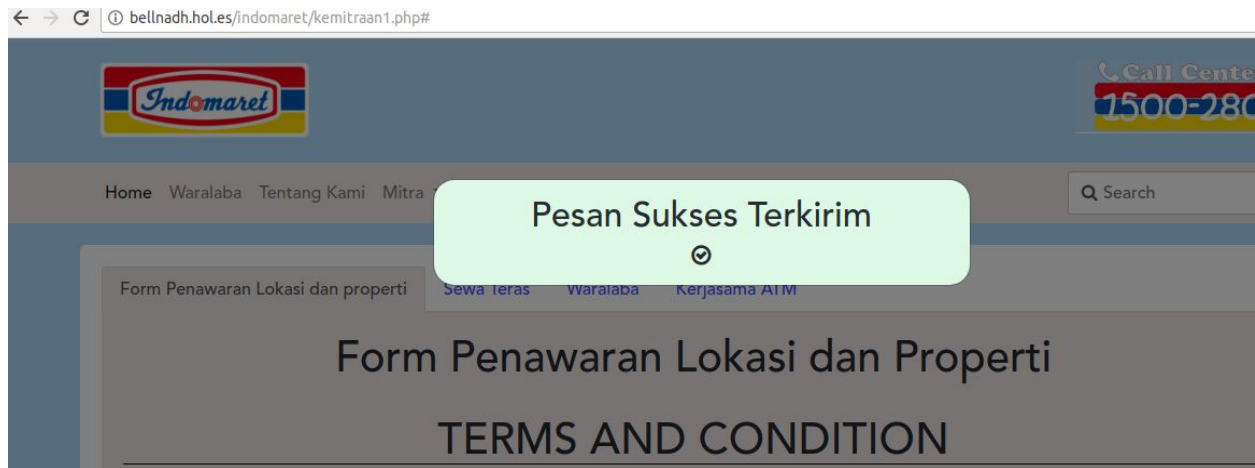
- Melakukan Pendaftaran Mitra Indomaret

Temuan 1:

Partisipan dapat menemukan form kerjasama dengan mudah. Validasi terhadap kelengkapan form juga sudah baik, sehingga partisipan mengetahui apabila ada yang belum diisi atau tidak sesuai dengan format yang telah ditentukan.

Temuan 2:

Partisipan umumnya merasa tidak mendapat informasi kepastian terkait pendaftaran mereka setelah mereka mengisi Form pendaftaran. Sedikit informasi bahwa pendaftaran akan diproses dalam kurun waktu tertentu, serta informasi kemana Indomaret akan melakukan konfirmasi pendaftaran sangat penting untuk ditambahkan.



Gambar 11: Notifikasi Pesan Pendaftaran Mitra Sukses Terkirim

Tabel 6: Rekomendasi Task Pendaftaran Mitra

Fakta Pendukung	Rekomendasi/ Komentar
"Saya merasa nyaman menggunakan <i>form</i> kerja sama kali ini. Semua <i>form</i> kerja sama dikumpulkan menjadi satu portal sehingga saya tidak perlu pusing mencari keberadaan <i>form</i> tertentu."	"Menurut saya akan lebih baik jika setiap diberikan logo yang merepresentasikan tujuan pengisian dari <i>form</i> sehingga akan lebih mudah mengertinya dan lebih menambah estetika"
"Saya merasa mendapat pesan <i>error</i> yang menunjukkan jika ada isian yang salah, hal ini membuat saya lebih mantap dalam melakukan <i>submit</i> pendaftaran karena saya menjadi yakin data yang saya masukkan sudah di validasi terlebih dahulu oleh sistem."	"Menurut saya, jika ditambahkan informasi mengenai letak kesalahan saya/ langsung diarahkan oleh letak kesalahan pengisian form membuat <i>form</i> menjadi lebih baik dan lebih membuat saya mudah mengerti kesalahan saya."
"Saya merasa tidak mendapat kepastian terkait dimana saya bisa lihat status pendaftaran saya"	"Perlu ada pesan konfirmasi bahwa pendaftaran pengguna sukses dan akan di proses dalam kurun waktu tertentu, serta informasi kemana Indomaret akan memberikan jawaban."

- **Melihat testimoni**

Temuan 1:

Partisipan merasa pada bagian melihat testimoni, kurang terdapat penjelasan mengenai testimoni-testimoni ini diurutkan berdasarkan apa saja. Akan sangat baik apabila pada halaman ini ditambahkan informasi mengenai berdasarkan apa saja testimoni ini diurutkan.



Gambar 12: Fitur Testimoni Pemasok

Tabel 7: Rekomendasi Task *Melihat testimoni*

Fakta Pendukung	Rekomendasi/ Komentar`
"Saya merasa bagian testimoni ini kurang menunjukkan testimoni yang masuk dan ditampilkan diurutkan berdasarkan apa. Apakah dari tanggal di-post-nya testimoni tersebut? Kalaupun iya, apakah dari yang terbaru atau dari yang paling lama?"	"Saran saja sih, menurut saya lebih baik ada pilihan 'sort by' misalnya dari <i>latest added</i> gitu. Biar jelas kalo misalnya ada yang mau liat testimoni terbaru."

5. Penutup

Berdasarkan kajian mengenai redesain *website* Indomaret yang kami lakukan dan penjelasan yang sudah kami jabarkan diatas, maka kami mempunyai kesimpulan dan saran untuk redesain website Indomaret. Berikut akan kami jeaskan kesimpulan dan saran kami.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengerjaan kelompok kami, dapat disimpulkan bahwa proses redesain *website* Indomaret dimulai dari perumusan masalah yang terdapat di dalam *website* Indomaret, lalu kami melakukan wawancara yang nantinya hasil dari wawancara tersebut akan digunakan untuk membangun persona dari pengguna *website* tersebut. Persona yang telah dibuat dapat memberikan empati kepada kami selama proses redesain *website* berjalan. Setelah desain yang baru selesai dibuat, maka kami akan melakukan *usability testing* kepada partisipan yang bersedia menjadi objek penelitian kami. Dari hasil *usability tersebut* kami akan mendapatkan *insight* mengenai desain yang telah kami kembangkan.

5.2. Saran

Saran dari kami dalam pengembangan website Indomaret ini agar menggunakan *eight golden rule* dalam proses redesain *website* serta memperhatikan persona para target pengguna sehingga bisa menghasilkan suatu *website* yang sesuai dengan keinginan target pengguna nya, serta bisa menyesuaikan dengan perilaku pengguna yang nantinya bisa memuaskan target pengguna *website* Indomaret.

Daftar Pustaka

1. Scenario &
Persona: <https://www.smashingmagazine.com/2014/08/a-closer-look-at-personas-part-1/>
2. Persona: <https://www.smashingmagazine.com/2014/08/a-closer-look-at-personas-part-2/>
3. Understanding Your Users: Developing Persona (slidedeck), Shlomo Goltz: <http://www.slideshare.net/TheConartist/what-are-personas-and-how-to-use-them-a-presentation-by-shlomo-goltz>

Lampiran