



**PERANCANGAN ULANG *USER INTERFACE* (UI) DAN *USER EXPERIENCE* (UX) PADA *WEBSITE* TASQIF.COM  
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

*diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada  
program studi Teknologi Informasi.*

**SKRIPSI**

Oleh

**Melina Caesar Wahyuningtyas**

**NIM 182410102001**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI**

**2023**

**PERSEMBAHAN**

Bismillah skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berbagai nikmat, berkah serta karuniaNya sehingga memberikan kelancaran dalam menyelesaikan proses penelitian skripsi ini.
2. Bapak Samsul Arifin, Ibu Sri Wahyuni, Kakak Siti Romlah Wahyuningsih, Kakak Novia Wahyu Nur Syamsiyah serta ponakan-ponakan Dinda, Nisa, Adam, Bila dan Azmi yang selalu mendukung dan menjadi motivator selama kuliah dan menyelesaikan skripsi.
3. Guru-guru dan sahabat-sahabat support system dalam belajar Islam dan kehidupan ini yang Allah semoga senantiasa memberkahi dimanapun berada.
4. Sahabat-sahabat sejak maba yakni 'Aina, Caesarina, Dinda, Amel, Nisvi, Sylvia, Linda, Suci, Devy yang selalu support selama perkuliahan dan skripsi.
5. Pihak-pihak dari tasqif.com yakni Ust. Pompy bersama para Asatidz lainnya yang sangat membantu dan meluangkan waktu selama penelitian.
6. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Teknologi Informasi E-LITE angkatan 2018.
7. Teman-teman belajar Islam dan belajar organisasi di UKMKI Al-Azhar yang semoga istiqomah memberikan vibes Islam di Fakultas Ilmu Komputer.
8. Almamater Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember.

**MOTTO**

**“Wahai orang-orang beriman! Jika kamu menolong (agama) Allah, niscaya **Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu.**”**

T.Q.S. Muhammad : 7



**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melina Caesar Wahyuningtyas

NIM : 182410102001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Perancangan Ulang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *Website* Tasqif.com Menggunakan Metode *Design Thinking*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Juli 2023

Yang menyatakan,

Melina Caesar Wahyuningtyas

NIM 182410102001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul “Perancangan Ulang *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* pada *Website Tasqif.com* Menggunakan Metode *Design Thinking*” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 10 Juli 2023

Tempat : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember

Pembimbing

Tanda Tangan

1. Pembimbing Utama

Nama : Fahrobby Adnan, S.Kom., M.MSI

NIP : 198706192014041001

(.....)

2. Pembimbing Anggota

Nama : Yudha Alif Auliya, S.Kom., M.Kom

NIP : 199206302022031000

(.....)

Penguji

1. Penguji 1

Nama : Anang Andrianto, ST., MT

NIP : 196906151997021002

(.....)

2. Penguji 2

Nama : Oktalia Juwita, S.Kom., M.MT

NRP : 198110202014042001

(.....)

**ABSTRACT**

*The development of website-based online classes is increasing, including Islamic-based online classes. The tasqif.com website is one of the platforms providing online learning based on Islamic tsaqofah, whose discussions include the Qur'an and Hadith, aqidah, fiqh, muamalah, dauroh kitab, business, economics, sharia, marriage, parenting, history and civilization, self-development and also da'wah skills. However, the use of the tasqif.com website encounters various User Interface (UI) and User Experience (UX) problems that make users feel uncomfortable and inefficient when using it. Therefore, this research aims to redesign UI/UX using the Design Thinking method. Design Thinking was chosen because it is considered capable of solving complex and ambiguous problems, and this method can explore various possible solutions by involving users as the main subject. There are several stages in Design Thinking including empathize, define, ideate, prototype and testing. The results showed that the results of redesigning the UI/UX of the tasqif.com website using the Design Thinking method were able to improve the quality of the user experience. This is evidenced by the results of testing conducted using the User Experience Questionnaire (UEQ) method with an average value for each attribute, namely, attractiveness 2.24 (excellent), perspicuity 2.25 (excellent), efficiency 2.23 (excellent), dependability 2.28 (excellent), stimulation 2.10 (excellent), and novelty 1.8 (excellent). The redesign of tasqif.com website is expected to be a reference for further research development in the form of system development or building system design*

**Keyword :** *Design Thinking, User Interface, User Experience, Website, UEQ*

## RINGKASAN

Perancangan Ulang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *Website* Tasqif.com Menggunakan Metode *Design Thinking*, Melina Caesar Wahyuningtyas, 182410102001; 130 Halaman; Program Studi Teknologi Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember.

Perkembangan *e-learning* di era teknologi 5.0 ini semakin melesat. Salah satu *e-learning* Islam berbasis *website* yang menjadi objek penelitian ini adalah tasqif.com. Tasqif.com dikembangkan oleh Yayasan Indonesia Ngaji Subuh dan dipublikasikan pertama kali pada 11 Februari 2021. Latar belakang dibangunnya tasqif.com guna memudahkan pembelajar mengakses berbagai kelas online berbasis *tsaqofah* Islam dengan mudah, kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan hasil penggalan data terhadap beberapa pengguna tasqif.com di dapati beberapa permasalahan besar, yakni *website* lambat, akses kelas yang rumit, tampilan yang tidak nyaman dan tidak familiar.

Dari masalah yang ditemukan ini perlu dilakukannya perancangan ulang *User Interface* dan *User Experience* pada *website* tasqif.com. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Design Thinking*, karena metode ini dinilai dapat mensolusi permasalahan yang kompleks dan rumit. Metode ini juga dapat mensolusi berbagai permasalahan dengan melalui berbagai teori yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Terdapat beberapa tahapan pada metode *Design Thinking* yakni, *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Metode *testing* yang digunakan pada penelitian ini adalah *User Experience Qustionneire* (UEQ).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan bahwa rancangan ulang UI/UX *website* tasqif.com sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan metode *User Experience Qustionneire* (UEQ). Dengan rincian hasil pengujian pada skala UX *attribute* yang digunakan yakni, *attractive* 2,24, *perspiculity* 2.25, *efficiency* 2.23, *dependability*

2.28, *stimulation* 2.10, dan *novelty* 1.80 dengan keseluruhan nilai diatas rata-rata dan hasil tolak ukur tergolong *excellent*.



## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan Ulang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *Website* Tasqif.com Menggunakan Metode *Design Thinking*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Teknologi Informasi Universitas Jember dan mencapai gelar Sarjana Komputer.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Antonius Cahya Prihandoko, M.App.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing Akademik saya;
2. Fahrobby Adnan, S.Kom., M.MSI. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Yudha Alif Auliya, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulisan skripsi sampai selesai;
3. Priza Pandunata, S.Kom., M.Sc.selaku dosen yang banyak membantu diawal bimbingan skripsi saya, meskipun harus ada penyesuaian di akhir penentuan dosen pembimbing, namun saya sampaikan banyak terima kasih telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing skripsi saya;
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;
5. Bapak Samsul Arifin, Ibu Sri Wahyuni, Kakak Siti Romlah Wahyuningsih, Kakak Novia Wahyu Nur Syamsiyah serta ponakan-ponakan Dinda, Nisa, Adam, Bila dan Azmi yang selalu mendukung dan menjadi motivator selama kuliah dan menyelesaikan skripsi;

6. Pihak-pihak dari tasqif.com yakni Ust. Pompy bersama para Asatidz lainnya yang sangat membantu dan meluangkan waktu untuk membantu selama penelitian;
7. Guru-guru dan sahabat-sahabat support system dalam belajar kehidupan yang Allah semoga senantiasa memberkahi dimanapun berada;
8. Sahabat-sahabat sejak maba yakni 'Aina, Caesarina, Dinda, Amel, Nisvi, Sylvia, Linda, Suci , Devy yang selalu support selama perkuliahan dan skripsi;
9. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Teknologi Informasi E-LITE angkatan 2018;
10. Teman-teman belajar Islam dan belajar organisasi di UKMKI Al-Azhar yang semoga istiqomah memberikan vibes Islam di Fakultas Ilmu Komputer;
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang dengan senantiasa telah menemani, mendukung, dan juga memberikan semangat selama masa perkuliahan dan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti berharap skripsi ini dapat berkah dan membawa kebermanfaatn bagi pihak secara luas.

Jember, 22 Juni 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>20</b>
1.1 <i>Latar Belakang</i> .....	20
1.2 <i>Rumusan Masalah</i> .....	23
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i> .....	24
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i> .....	24
1.5 <i>Batasan Masalah</i> .....	24
<b>BAB 2. TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>26</b>
2.1 <i>Kajian Literatur</i> .....	26
2.2 <i>User Interface (UI)</i> .....	28
2.3 <i>User Experience (UX)</i> .....	28
2.4 <i>Design Thinking</i> .....	29
2.5 <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> .....	33
2.6 <i>Website Tasqif.com</i> .....	36
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 <i>Jenis Penelitian</i> .....	40
3.2 <i>Objek Penelitian</i> .....	40

3.3	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	40
3.4	<i>Tahapan Penelitian</i>	40
3.5	<i>Studi Literatur</i>	41
3.6	<i>Initial Product Requirement</i>	41
3.7	<i>Fase Empathize</i>	42
3.8	<i>Fase Define</i>	43
3.9	<i>Fase Ideate</i>	45
3.10	<i>Fase Prototype</i>	46
3.11	<i>Fase Testing</i>	47
3.12	<i>Hasil dan Kesimpulan</i>	47
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>49</b>
4.1	<i>Initial Product Requirement</i>	49
4.1.1	<i>Hipotesis/Background Masalah</i>	49
4.1.2	<i>Objective/Goals Product</i>	52
4.1.3	<i>Menentukan User Persona</i>	52
4.2	<i>Fase Empathize</i>	54
4.2.1	<i>In-Depth Interview</i>	55
4.2.2	<i>Validate Problems</i>	58
4.2.3	<i>Membuat User Journey Map</i>	60
4.3	<i>Fase Define</i>	61
4.3.1	<i>Create How Might We (HMW)</i>	61
4.3.2	<i>Update User Journey Map</i>	63
4.3.3	<i>Menentukan Value Proposition</i>	64
4.3.4	<i>Menentukan UX Attribute, Signal, dan Metrics</i>	65
4.4	<i>Fase Ideate</i>	68
4.4.1	<i>Generative Design</i>	68
4.4.2	<i>Conceptual Design</i>	73
4.5	<i>Fase Prototype (Prototype Phase)</i>	102
4.6	<i>Fase Pengujian (Testing)</i>	103
<b>BAB 5. KESIMPULAN</b>		<b>113</b>

<i>5.1 Kesimpulan</i> .....	113
<i>5.2 Saran</i> .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>118</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Design Thinking Process (Foundation 2018).....	30
Gambar 2. 2 Validated Problems .....	30
Gambar 2. 3 Hook Model Canvas.....	30
Gambar 2. 4 User Journey Map .....	31
Gambar 2. 5 How Might We.....	31
Gambar 2. 6 Table Measurement.....	31
Gambar 2. 7 Brainstroming.....	32
Gambar 2. 8 Landingpage Tasqif.com.....	36
Gambar 2. 9 Login tasqif.com.....	37
Gambar 2. 10 Dashboard tasqif.com.....	37
Gambar 2. 11 Akses kelas tasqif.com .....	38
Gambar 2. 12 Affiliate tasqif.com.....	38
Gambar 2. 13 Order tasqif.com.....	39
Gambar 2. 14 Profil tasqf.com .....	39
Gambar 3. 1 Tahapan Design Thinking .....	41
Gambar 3. 2 Tahapan Initial Product Requirement .....	42
Gambar 3. 3 Tahapan Empathize .....	43
Gambar 3. 4 Tahapan Define .....	45
Gambar 3. 5 Tahapan Ideate .....	46
Gambar 3. 6 Tahapan Prototype.....	46
Gambar 3. 7 Tahapan Testing.....	47
Gambar 4. 1 Landingpage.....	50
Gambar 4. 2 Dashboard.....	50
Gambar 4. 3 Order.....	51
Gambar 4. 4 Akses Kelas.....	51
Gambar 4. 5 Kelas.....	52

Gambar 4. 6 Hook Model Canvas GEN-Z.....	55
Gambar 4. 7 Hook Model Canvas GEN-Y .....	56
Gambar 4. 8 Hook Model Canvas GEN-X .....	56
Gambar 4. 9 User Journey Map .....	61
Gambar 4. 10 Update User Journey Map.....	64
Gambar 4. 11 Update User Journey Map 2.....	72
Gambar 4. 12 User Flow Login .....	73
Gambar 4. 13 User Flow Dashboard.....	74
Gambar 4. 14 User Flow Kelas Saya .....	74
Gambar 4. 15 User Flow Riwayat Pembelian.....	75
Gambar 4. 16 User Flow Afiliasi.....	75
Gambar 4. 17 User Flow Profil.....	76
Gambar 4. 18 Wireframe Landingpage.....	76
Gambar 4. 19 Wireframe Login.....	77
Gambar 4. 20 Wireframe Daftar .....	77
Gambar 4. 21 Wireframe Penawaran Kelas.....	78
Gambar 4. 22 Wireframe Alur Belajar.....	78
Gambar 4. 23 Wireframe Detail Kelas.....	79
Gambar 4. 24 Wireframe Beli Kelas.....	80
Gambar 4. 25 Wireframe Dashboard .....	80
Gambar 4. 26 Wireframe Kelas Saya.....	81
Gambar 4. 27 Wireframe Afiliasi.....	82
Gambar 4. 28 Wireframe Riwayat Pembelian .....	82
Gambar 4. 29 Wireframe Profil .....	83
Gambar 4. 30 Guideline Colors .....	84
Gambar 4. 31 Guideline Typography.....	86
Gambar 4. 32 Guideline Icon .....	89
Gambar 4. 33 Guideline Text Forms.....	90
Gambar 4. 34 Guideline Text Forms.....	90

Gambar 4. 35 Guideline bedges .....	91
Gambar 4. 36 Guideline Buttons.....	92
Gambar 4. 37Guideline Navbar .....	93
Gambar 4. 38 Guideline Sidebar.....	94
Gambar 4. 39 HiFi Landingpage.....	95
Gambar 4. 40 HiFi Login.....	96
Gambar 4. 41 HiFi Daftar .....	96
Gambar 4. 42 HiFi Penawaran Kelas.....	97
Gambar 4. 43 HiFi Alur Kelas .....	97
Gambar 4. 44 Detail Kelas.....	98
Gambar 4. 45 Pembelian Kelas.....	99
Gambar 4. 46 HiFi Dashboard .....	99
Gambar 4. 47 HiFi Kelas saya .....	100
Gambar 4. 48 HiFi Kurikulum Kelas Saya.....	100
Gambar 4. 49 HiFi Afiliasi .....	101
Gambar 4. 50 HiFi Riwayat pembelian .....	101
Gambar 4. 51 HiFi Profil .....	102
Gambar 4. 52 Prototype .....	103
Gambar 4. 53 Diagram hasil komparasi Benchmark .....	112

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 User Experience Qustionneire (UEQ).....	34
Tabel 4. 1 Persona GEN-X.....	53
Tabel 4. 2 Persona GEN-Y.....	54
Tabel 4. 3 Persona GEN-Z.....	54
Tabel 4. 4 In-Depth Interview.....	57
Tabel 4. 5 Validate Problems GEN-X.....	58
Tabel 4. 6 Validate Problems GEN-Y.....	58
Tabel 4. 7 Validate Problems GEN-Z.....	59
Tabel 4. 8 How Might We.....	61
Tabel 4. 9 UX Atribute.....	65
Tabel 4. 10 Scenario Mapping.....	68
Tabel 4. 11 Guideline Colors.....	84
Tabel 4. 12 Typography Heading 1.....	86
Tabel 4. 13 Typography Heading 2.....	86
Tabel 4. 14 Typography Heading 3.....	87
Tabel 4. 15 Typography Heading 4.....	87
Tabel 4. 16 Typography Heading 5.....	88
Tabel 4. 17 Guideline Bedges.....	91
Tabel 4. 18 Guideline Buttons.....	92
Tabel 4. 19 Guideline Navbar.....	93
Tabel 4. 20 Guideline Sidebar.....	94
Tabel 4. 21 User Experience Qustionneire (UEQ).....	104
Tabel 4. 22 Data set kusioner.....	106
Tabel 4. 23 Data transformed.....	108
Tabel 4. 24 Scale Means Per Person.....	109
Tabel 4. 25 Klasifikasi Benchmark.....	111

Tabel 4. 26 Skala UEQ.....	111
Tabel 4. 27 Hasil Komparasi Penilaian Benchmark .....	111



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Data penggalian data .....	118
Lampiran 2 Diagram permasalahan pengguna tasqif.com .....	118
Lampiran 3 Diagram Jumlah pengguna tasqif.com .....	119
Lampiran 4 HIFI Tutorial akses kelas.....	122
Lampiran 5 HIFI Tentang profil tasqif.....	123
Lampiran 6 HIFI penawaran kelas.....	123
Lampiran 7 HIFI biodata pemateri.....	124
Lampiran 8 HIFI alur belajar .....	124
Lampiran 9 HIFI review dan dowload sertifikat.....	125
Lampiran 10 HIFI komisi afiliasi.....	125
Lampiran 11 HIFI konsumen afiliasi .....	126
Lampiran 12 HIFI invoice kelas .....	126
Lampiran 13 Barcode protoype.....	127
Lampiran 14 Kusioner Penelitian.....	127

## BAB 1. PENDAHULUAN

Bagian ini memberikan penjelasan terkait penelitian yang akan dilakukan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan-batasan yang ada pada penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan *e-learning* terus mengalami peningkatan, data statistik proyeksi pasar *e-learning* akan mencapai \$325 miliar pada tahun 2025<sup>1</sup>. Waktu yang dihabiskan oleh responden masyarakat Indonesia berusia 18+ dengan jumlah 500 responden, hasil penelitian di bulan Agustus 2020 menyatakan bahwa 36,6% dari jumlah responden menghabiskan waktu 1-2 jam untuk belajar online<sup>2</sup>. Perhitungan global market terkait Web Content Management System (WCMS) di tahun 2020 sebanyak US\$5.2 Triliun, dan diprediksi pada tahun 2027 akan tumbuh sebanyak US\$13.3 Triliun, sehingga jika dihitung akan mendapatkan pertumbuhan 14.4% CAGR dalam 7 tahun<sup>3</sup>.

Salah satu situs *website* kelas online berkonten Islami yang diteliti saat ini yakni *website* Tasqif.com. *Website* ini dikembangkan oleh Yayasan Indonesia Ngaji Subuh dan dipublikasikan pertama kali pada 11 Februari 2021. Fungsi *website* ini adalah memudahkan pembelajar mengakses berbagai kelas online dan materi yang ada. Hingga saat wawancara ini dilakukan, sudah terdapat kurang lebih sebanyak 5000 orang yang telah mengikuti maupun mengakses kelas di *website* taqif.com. Pada *website* ini terdapat beberapa fitur seperti informasi kelas-kelas yang bisa ditawarkan, akses kelas (link *zoom*, *record youtube*, dan link grup *whatsapp*), afiliasi penawaran kelas, order, dan profil.

---

<sup>1</sup> Globe Newswire, 2017

<sup>2</sup> Research and Markets, 2020

<sup>3</sup> Research and Markets, 2021

Dengan berbagai fitur lengkap sebagai *website* kelas online, tapi masih banyak kekurangan dan permasalahan yang dihadapi pengguna. Berdasarkan hasil penyebaran kusioner di fase penggalan data yang dilakukan pada tanggal 11 Maret 2022 dengan jumlah responden sebanyak 261 pengguna website tasqif dari usia (13 - 57 tahun) atau Gen X,Y dan Z menyatakan bahwa, pengguna usia 10-25 tahun (Gen Z) banyak mengeluhkan dalam hal kenyamanan warna tampilan maupun UX akses kelas yang berbelit. Pengguna usia 26-41 tahun (GEN Y) mengeluhkan UX kelas yang berbelit, warna tampilan kurang menarik, *tools* maupun *icon* yang tidak efisien dan tidak familiar, konsisten tampilan. Pengguna usia 42-57 tahun (GEN X) mengeluhkan dalam masalah UX akses kelas berbelit dan tampilan warna yang tidak nyaman. Penggalan data ini dilakukan guna mendapatkan data keluhan dalam bentuk deskripsi yang disampaikan oleh pengguna, yang nantinya akan digunakan sebagai penguatan masalah yang dapat ditindaklanjuti difase penelitian selanjutnya. Salah satu upaya untuk mensolusi permasalahan ini yakni dengan melakukan perancangan ulang UI/UX pada *website* saat ini. *User Interface* (UI) adalah cara berinteraksi antara program dan pengguna<sup>4</sup>. Suatu tampilan (*interface*) yang menarik dan mudah di pahami adalah suatu poin penting suatu aplikasi. Aplikasi dapat dikatakan mencapai keberhasilan dan dapat menarik pengguna salah satu faktornya terletak pada desain *user interface*<sup>5</sup>. *User Experience* (UX) adalah persepsi dan respon dari pengguna sebuah produk, sistem atau *service*<sup>6</sup>. UX juga merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu produk *interface*. Semakin sederhana dan mudah dipahami dalam interaksi aplikasi, maka semakin baik pula penilaian UX pada produk tersebut. Jika UX suatu aplikasi di nilai kurang bagus karena tidak menarik dan susah untuk di navigasi, hal ini dapat berpotensi untuk ditinggalkan penggunanya<sup>7</sup>. UI/UX ini

---

<sup>4</sup> S Lastiansah, 2012

<sup>5</sup> A Saha, D., & Mandal, Approach', 2015

<sup>6</sup> 2019 ISO Standard, 2019

<sup>7</sup> Primasari et al., 2019

merupakan elemen yang tidak dapat terpisahkan dalam proses perancangan suatu desain perangkat lunak.

Ada beberapa metode yang di gunakan dalam proses perancangannya, di antaranya seperti *User Centered Design* (UCD). Metode UCD berfokus pada pengguna dalam proses pengembangan sistem, konteks rancangan, tujuan/sifat-sifat dan lingkungan sistem yang didasari pada pengalaman pengguna. Selain UCD ada metode lainnya yang memiliki unsur kefokusannya yang sama pada pengguna yakni metode *Design Thinking*. *Design Thinking* yakni pengembangan inovasi yang di raih dari perangkat perancang untuk menghubungkan kebutuhan orang banyak yang didasari dari pusat fokus pada manusia yang hasilnya dapat berpeluang besar dalam mensukseskan bisnis<sup>8</sup>. UCD dan *Design Thinking* merupakan metode yang memiliki konsep yang mirip, yakni berpusat pada pengguna (*User Centered*), namun yang membedakan adalah fokus UCD dengan mengikuti keinginan pengguna, sedangkan pada metode *Design Thinking* peneliti dapat mensolusi berbagai permasalahan melalui berbagai teori yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna<sup>9</sup>.

Dari penjabaran di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode *Design Thinking* sebagai metode dalam merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *website* tasqif.com. Alasan penggunaan metode ini karena perlu dilakukannya empati secara langsung kepada sasaran pengguna secara mendalam untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya yang terjadi pada pengguna dan mendapatkan solusi yang revolusioner. Dan pada penelitian ini dibutuhkan pendekatan pemecahan masalah yang kompleks, baik yang dialami oleh GEN X,Y dan Z sehingga memutuskan persona yang lebih spesifik dan validasi di setiap tahapannya terhadap setiap persona. *Design Thinking* digunakan untuk memecahkan berbagai masalah yang kompleks, ambigu dan tidak jelas<sup>10</sup>. Hal Ini

---

<sup>8</sup> T. Kelley, D., & Brown, 2018.

<sup>9</sup> Edoardus Dwijo Wijayanto and Hutanti Setyodewi, 2023

<sup>10</sup> Astri Ghina and Nurul Afifah, 2021

membutuhkan penuangan ide kreatif dan solutif untuk menyelesaikan permasalahan tersebut<sup>11</sup>.

Berdasarkan pada kusioner penggalian data yang didapatkan, peneliti memutuskan untuk membatasi responden pada penelitian ini adalah pengguna pada GEN X,Y dan Z dengan porsi GEN Y lebih besar karena hasil kusioner awal menunjukkan besaran permasalahan banyak dialami kategori tersebut. Hasil yang didapatkan nanti, selanjutnya akan membentuk penyusunan suatu persona. Penggunaan metode *Design Thinking* dalam implementasinya mengedapankan kebutuhan pengguna dengan melibatkan eksplorasi peneiti untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan revolusioner yang bukan hanya inkremental/bertahap. Dalam metode *Design Thinking* terdapat beberapa tahapan yakni. *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*<sup>12</sup>. Hasil evaluasi perancangan UI/UX ini menggunakan *User Experience Qustionneire* (UEQ). UEQ yakni pengukuran yang di pandang dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif terhadap pengalaman<sup>13</sup>.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jabarkan di atas, dapat di identifikasikan permasalahan yang harus ditentukan untuk membantu menentukan arah dari penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana rancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *website* tasqif.com yang sesuai dengan pengguna menggunakan metode *Design Thinking* ?
2. Bagaimana hasil evaluasi rancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *website* tasqif.com yang dikembangkan dengan metode *User Experience Qustionneire* (UEQ) ?

---

<sup>11</sup> Tim Brown, 2011.

<sup>12</sup> Interaction Design Foundations, 2011.

<sup>13</sup> Harry B. Santoso and others, 2016.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah hal yang ingin di capai dalam menyelesaikan rumusan masalah, dengan penjabaran sebagai berikut :

1. Menghasilkan suatu rancangan ulang UI/UX yang sesuai dengan kebutuhan pengguna *website* tasqif.com menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Menghasilkan data evaluasi perancangan ulang UI/UX pada *website* tasqif.com dengan menggunakan metode *User Experience Qustionneire* (UEQ).

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

#### 1. Bagi Akademis

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan hasil masukan informasi yang terkait dengan judul penelitian kepada pembaca pada umumnya dan pada Program Studi Teknologi Informasi Universitas Jember.

#### 2. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama kegiatan perkuliahan dan untuk menambah referensi penulis terkait dengan penelitian yang dilakukan.

#### 3. Bagi Objek Penelitian

Mengetahui dan memberikan hasil rancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) berupa *high fidelity responsive prototype* yang dapat digunakan sebagai rekomendasi perbaikan untuk pengembangan *wesbite* tasqif.com.

### 1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah agar pengerjaan lebih terencana, penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Hasil rancangan ulang berupa bentuk *website high fidelity* dengan ukuran *artboard* 1366 x 768.
2. Penentuan persona merupakan pengguna *website* tasqif.com pada GEN X,Y dan Z.
3. Metode pengukuran yang digunakan saat pengujian adalah *User Experience Qustionneire* (UEQ).



## BAB 2. TINJAUAN TEORI

Sub bab ini menjelaskan mengenai teori dasar dan penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian yang akan di lakukan.

### 2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur yang dipaparkan merupakan referensi-referensi untuk membantu dalam pengembangan sesuai dengan hasil analisa yang dilakukan. Penelitian ini memaparkan tiga hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti peneliti untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan penelitian. Berikut adalah penjelasan terkait penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang pertama yakni berjudul “*Mobile App-aided Design Thinking Approach to Promote Upcycling in Singapore*” oleh Xin Shan , Wina Zhi Yu Neo , dan En-Hua Yang tahun 2021<sup>14</sup>. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kebiasaan masyarakat Singapura akan daur ulang limbah. Hal ini diimplementasikan pada sebuah sistem aplikasi seluler. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan masalah daur ulang maupun praktik sejenis dengan memberikan kegunaan lebih baik dan memiliki nilai ekonomis. Hasil dari penelitian ini menghasilkan rekomendasi perancangan antarmuka dalam bentuk *prototype* dan pengukuran keberhasilan dihitung menggunakan metode pengujian pengguna grup uji. Dari perhitungan didapati hasil yang positif dari 20 responden untuk pertanyaan ya/tidak dimana 1 untuk ya, 2 untuk mungkin dan 3 untuk tidak menghasilkan “ jawaban 1/YA” dan pertanyaan mengenai skala 5 poin dengan ketentuan 1 untuk sangat setuju dan 5 untuk tidak sangat tidak setuju menghasilkan rata-rata jawaban reponden adalah “2/Setuju”. Kontribusi penelitian ini adalah referensi, pengetahuan dan pemahaman pada fase *empathize* dan *define*.

---

<sup>14</sup> Xin Shan, Vienna Zhi Yu Neo, and En Hua Yang, 2014.

Penelitian kedua yakni berjudul “Pengembangan Antarmuka Portal Universitas untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna” oleh Asmuliardi Muluk, Ikhwan Arief, Ahmad Syafruddin Indrapriyatna, Mahira Falevy tahun 2021<sup>15</sup>. Penelitian ini bertujuan memperbaiki portal Unpad yang dikeluhkan mahasiswa seperti tidak responsive, desain kuno berbagai pengalaman pengguna yang tidak memuaskan, dll. Tujuan yang ingin dicapai ada penelitian ini yakni menghasilkan rekomendasi rancangan antarmuka yang bisa memberikan kenyamanan, kemudahan, efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dalam mengakses berbagai fitur yang dibutuhkan. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Maze* dan *System Usability Scale* (SUS). Hasil pengujian dengan *Maze* yakni mendapat nilai 84, sedangkan pada metode SUS didapati nilai 83,33 yang termasuk dalam kategori A dan dapat diterima. Kontribusi penelitian ini adalah referensi, pengetahuan dan pemahaman terkait UI/UX, *empathize*, *define*, *ideate*, dan *testing*.

Penelitian ketiga yakni berjudul “*Analysis and Design of User Interface/User Experience with the Design Thinking Method in the Academic Information System of Jenderal Soedirman University*” oleh Hananda Ilham, Bangun Wijayanto, Swahesti Puspita Rahayu tahun 2021<sup>16</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk membantu mahasiswa dalam menggunakan Sistem Informasi Akademik Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki masalah sulitnya dalam mengoperasikan, desain yang kurang ramah, dll. Tujuan yang ingin di raih pada penelitian adalah untuk merancang desain antarmuka aplikasi penjualan yang sesuai kebutuhan mahasiswa dengan pendekatan *Design Thinking*. Pengujian dilakukan menggunakan metode *usability testing*, dengan menggunakan 9 pengujian *user scenarios* dan hasilnya pada iterasi 2 di dapat hasil pada bagian desain *prototype* sudah di nilai mampu membantu dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Kontribusi penelitian ini adalah referensi, pengetahuan dan pemahaman terkait *ideate*, dan *testing*.

---

<sup>15</sup> Ikhwan Arief and others, 2021.

<sup>16</sup> Hananda Ilham, 2021.

## 2.2 *User Interface (UI)*

*User interface* adalah cara berinteraksi antara program dan pengguna<sup>17</sup>. *User interface* berperan sangat penting dalam suatu aplikasi karena UI merupakan media yang berkolerasi dengan pengguna yang dapat memberikan masukan yang berhubungan dengan penggunaannya<sup>18</sup>. Pandangan terkait perancangan alur desain sistem maupun bentuk visual akan di dapati pengguna melalui desain *user interface*. *User interface* yang baik memiliki beberapa karakteristik seperti ringkas (sederhana) dan jelas, *responsive*, informasi yang terstruktur, konsisten, warna yang baik dan intuitif<sup>19</sup>.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan aspek *user interface* (UI) pada tampilan *layout*, penggunaan *icon* yang lebih familiar dan tepat guna, konsistensi warna dan font beserta ukurannya. Hal ini didasari untuk mensolusi keluhan-keluhan pengguna yang didapatkan peneliti saat melakukan observasi sebelumnya.

## 2.3 *User Experience (UX)*

Dalam *user interface* tidak hanya berfokus pada antarmuka saja yang menarik, namun ada kaitan erat dengan *user experience* (UX). *Experience* (UX) yakni persepsi dan responnya dari pengguna sebagai reaksi dari penggunaan sebuah produk, sistem atau *service*<sup>20</sup>. Hubungan utama antara UI dan UX terletak pada bagaimana mewujudkan alur sistem yang sederhana dan mudah dipahami dan kemudian di implementasikan dalam bentuk tampilan yang menarik (UI). Karakter *user experience* yang baik antaranya adalah (1) *useful* : untuk mencapai tujuan atau solusi yang dibuat, (2) *usable* : kemudahan saat digunakan oleh pengguna, (3) *desirable* : pengguna dapat menikmati aplikasi yang digunakan, (4) *findable* : pencarian navigasi dan objek yang mudah dilakukan, (5) *accessible* : dapat mudah diakses oleh pengguna, (6) *credible* :

---

<sup>17</sup> Lastiansah, 2012.

<sup>18</sup> Saha, D., & Manda, 2015.

<sup>19</sup> Putri Aprilia, 2020.

<sup>20</sup> ISO Standard 2019.

memiliki kredibilitas yang tinggi terhadap pengguna dan (7) *valuable* : dapat bernilai dan menguntungkan dalam ranah kebermanfaatan penggunaan aplikasi<sup>21</sup>.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan aspek *user experience* (UX) pada *usefull* (kemudahan mencapai tujuan/solusi), *usability system* (kemudahan penggunaan), *findable* (navigasi dan pencarian objek yang mudah), *accessible* (kemudahan akses) sesuai dengan hukum *user experience* (UX). Hal ini didasari untuk mensolusi keluhan-keluhan pengguna yang didapatkan peneliti saat melakukan observasi sebelumnya dan penemuan setelah proses penelitian berlangsung.

#### 2.4 *Design Thinking*

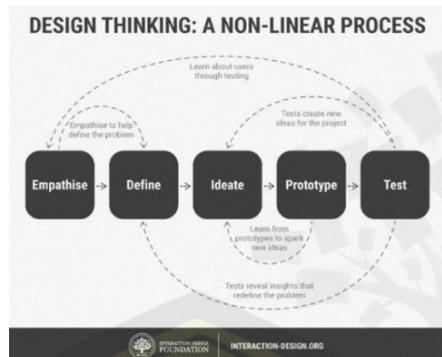
*Design Thinking* ialah proses yang bertumpu pada pengguna yang implementasinya di lakukan secara berulang untuk memahami pengguna, melawan asumsi dan meneliti ulang terkait permasalahan yang ada guna mencari solusi dan strategi alternatif<sup>22</sup>. *Design Thinking* bertujuan untuk memecahkan masalah yang sangat rumit atau tidak diketahui, dengan cara menata kembali terkait sudut pandang manusia, membrainstroming ide-ide di setiap sesinya, dan menggunakan pendekatan langsung dalam pembuatan desain awal hingga melakukan uji coba. Adapun tahapan penggunaan metode design Thinking yakni *empathize, define, ideate, prototype, dan testing*<sup>23</sup>. Berikut tahapan metode *Design Thinking* :

---

<sup>21</sup> Morville, 2004.

<sup>22</sup> Foundations, 2018.

<sup>23</sup> Foundations, 2018.



Gambar 2. 1 Design Thinking Process (Foundation 2018)

Berikut merupakan penjelasan mengenai tahapan metode *design thinking* :

1. *Empathize*

Di fase ini melakukan proses mengumpulkan dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengguna dengan melakukan beberapa aktivitas seperti : *in depth interview*, *memvalidasi problems*, dan melakukan temuan ke dalam *user journey map*<sup>24</sup>. Berikut adalah *template* dokumen hasil wawancara yang di implmentasikan dalam *Hook Model*, *template* dokumen hasil validasi permasalahan pengguna dan *template* dokumen *user journey map*.

**Hook Model Canvas**

User GEN X : HERU SANTOSA  
GOALS : Akses kelas dan ilmu

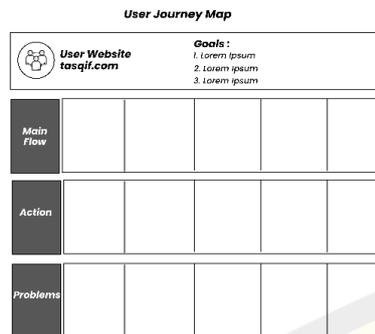
<p><b>TRIGGER</b></p> <p><b>EKSTERNAL :</b> -Ajakan teman</p> <p><b>INTERNAL :</b> -butuh cari ilmu tsagofah Islam</p>	<p><b>ACTION</b></p> <p>Akses Web tsagofah</p> <p>Daftar/login</p> <p>Akses kelas</p> <p>lihat 200k</p>
<p><b>INVESTMEN</b></p> <p>-Waktu -Tenaga dan pikiran -Biaya kelas</p>	<p><b>VARIABLE REWARD</b></p> <p>-Dapat mengikuti pembelajaran</p>

**Validated User Problems**

No	Problem	User 1	User 2	User ...	User 15
	Masalah 1	✓			✓
	Masalah 2	✓	✓	✓	
	Masalah 3		✓	✓	✓
	Masalah 4	✓	✓	✓	✓

Gambar 2. 3 Hook Model Canvas    Gambar 2. 2 Validated Problems

<sup>24</sup> R Mardita , 2020.



Gambar 2. 4 User Journey Map

2. Define

Setelah melakukan tahapan empathize kemudian dilanjut dengan tahapan define. Tahapan ini melakukan penerjemahan masalah yang sudah ditemukan kedalam bentuk tantangan/*challenge* untuk dijadikan fokus yang ingin diselesaikan<sup>25</sup>. Beberapa aktivitas yang dilakukan yakni HMW (*How Might We*), menentukan *value proposition*, dan menentukan UX atribut, *signal*, dan *metrics* yang ingin diukur<sup>26</sup>. Berikut adalah dokumen HMW (*How Might We*) yang di implmentasikan dalam *update user journey map* yang telah di buat sebelumnya dan *template* dokumen *table measurement* yang di gunakan mentakan UX atribut, *signal*, dan *metrics* yang telah di dapatkan.

**Table Measurement**

No	UX Attribute	Tantangan	Signal	Metrics

Gambar 2. 5 Table Measurement

**How Might We**

No	Permasalahan	Tantangan

Gambar 2. 6 How Might We

<sup>25</sup> Mardita, 2020.

<sup>26</sup> Mardita, 2020.

### 3. Ideate

Pada tahapan ideate merupakan proses penggambaran dari solusi permasalahan yang telah di susun ditahapan *define*. Pada fase ini dilakukan beberapa aktivitas seperti *generative design*, *conceptual design*, dan *product design*<sup>27</sup>. Berikut adalah *template* dokumen yang akan digunakan untuk memetakan hasil *brainstorming* yang di dapatkan.

**Brainstroming**

No	Tantangan		Solusi
	HMW	PIRATE FUNNEL	

Gambar 2. 7 Brainstroming

### 4. Prototype

Setelah menghasilkan suatu rancangan produk desain pada tahapan *ideate*, dilanjutkan dengan implementasi ide pada pembuatan desain yang *iterative* untuk menyelesaikan final desain dan *prototype*<sup>28</sup>.

### 5. Testing

Pada fase ini,desainer akan melakukan pengujian *prototype* desain yang sudah dibuat sebelumnya ditahapan *prototype* kepada pengguna. Pada tahapan ini desainer akan mendapatkan ide-ide baru, *insight*,dan *feedback* dari pengguna untuk proses perbaikan desain selanjutnya<sup>29</sup>.

<sup>27</sup> Mardita, 2020.

<sup>28</sup> Mardita, 2020.

<sup>29</sup> Mardita, 2020.

## 2.5 *User Experience Questionnaire (UEQ)*

*User Experience Questionnaire* adalah metode yang dapat membantu pengolahan data survei terkait pengalaman pengguna yang terpercaya dan valid, mudah di gunakan, dan dapat digunakan untuk menghasilkan penilaian kualitas subjektif dari metode<sup>30</sup>.

Konsep pada metode ini dilakukan dengan menyebarkan kusioner untuk mengumpulkan *feedback* dari pengguna terhadap suatu produk. Dan proses menjawab pertanyaan dari kusioner ini, pengguna melakukannya dengan cara segera dan spontanitas, maka perlu bagi peneliti saat membuat pertanyaan dengan simple dan mudah dipahami secara langsung oleh pengguna tanpa menimbulkan pertanyaan yang abstrak.

Pada pengukuran dengan metode ini, terdapat 6 skala penilaian yakni:

1. *Attractiveness* (Daya Tarik)

Kesan dan persepsi pengguna pada suatu produk seperti menyukai atau tidak menyukai produk tersebut.

2. *Perspicuity* (Kejelasan)

Seberapa mudah saat pengguna menggunakan fitur-fitur yang ada dalam produk tersebut.

3. *Efficiency* (Efisiensi)

Kecepatan, ketepatan dan kemudahan produk saat di gunakan oleh pengguna.

4. *Dependability* (Ketepatan)

Interaksi pengendalian produk oleh pengguna dapat di lakukan dengan mudah atau sulit.

5. *Stimulation* (Stimulasi)

---

<sup>30</sup> M. Schrep B. Laugwitz, T. Held, 2008.

Apakah produk yang ditawarkan itu menarik dan memotivasi pengguna untuk menggunakan produk tersebut.

6. *Novelty* (Kebaruan)

Kreatifitas dan inovasi pada produk dan penggunaan produk ini apakah dapat menarik minat pengguna ?

*User Experience Qustionneire* (UEQ) memiliki 26 komponen pertanyaan dan 7 pilihan jawaban. Saat kusioner ini pada dasarnya di buat menggunakan bahasa Inggris, namun terdapat penelitian terbaru yang memodifikasi penelitian terdahulu dengan mengubahnya dalam Bahasa Indonesia. Berikut adalah daftar pertanyaan dari UEQ :

*Tabel 2. 1 User Experience Qustionneire (UEQ)*

No	Atribut	1	2	3	4	5	6	7	Atribut
1	Menyusahkan	<input type="radio"/>	Menyenangkan						
2	Tak dapat	<input type="radio"/>	Dapat dipahami						
3	Kreatif	<input type="radio"/>	Monoton						
4	Mudah	<input type="radio"/>	Sulit dipelajari						
5	Bermanfaat	<input type="radio"/>	Kurang						
6	Membosankan	<input type="radio"/>	Mengasyikan						
7	Tidak menarik	<input type="radio"/>	Menarik						
8	Tidak dapat	<input type="radio"/>	Dapat diprediksi						
9	Cepat	<input type="radio"/>	Lambat						
10	Berdaya cipta	<input type="radio"/>	Konvensional						

11	Menghalangi	<input type="radio"/>	Mendukung						
12	Baik	<input type="radio"/>	Buruk						
13	Rumit	<input type="radio"/>	Sederhana						
14	Tidak disukai	<input type="radio"/>	Menggembirakan						
15	Lazim	<input type="radio"/>	Terdepan						
16	Tidak nyaman	<input type="radio"/>	Nyaman						
17	Aman	<input type="radio"/>	Tidak aman						
18	Memotivasi	<input type="radio"/>	Tidak						
19	Memenuhi ekspetasi	<input type="radio"/>	Tidak memenuhi ekspetasi						
20	Tidak fesien	<input type="radio"/>	Efesien						
21	Jelas	<input type="radio"/>	Membingungkan						
22	Tidak praktis	<input type="radio"/>	Praktis						
23	Terorganisasi	<input type="radio"/>	Berantakan						
24	Atraktif	<input type="radio"/>	Tidak atraktif						
25	Ramah	<input type="radio"/>	Tidak ramah						
26	Konservatif	<input type="radio"/>	Inovatif						

Untuk perhitungan hasil kusioner UEQ, di permudah dengan adanya *Desain Analysis Tools* yang telah disediakan pada handbook UEQ<sup>31</sup>. Dari input seluruh hasil data kusioner dengan rentan nilai 1-7, kemudian ditransformasikan menjadi nilai -3 sampai 3, kemudian perhitungan rata-rata per orang (means per person), kemudian di lakukan penghitungan rata-rata setiap aspek UEQ, kemudian di dapatkan hasil akhirnya. Berikut merupakan kategori evaluasi UEQ (Value < - 0,8 = Evaluasi Negatif; 0,8 < Value < 0,8 = Evaluasi netral; Value > 0,8 = Evaluasi Positif)<sup>32</sup>.

## 2.6 Website Tasqif.com

Website tasqif.com adalah website yang menyediakan informasi terkait kelas online berbasis Islami. Website ini menyediakan berbagai fitur seperti, informasi kelas yang bisa di ikuti, order kelas yang sudah dibeli, affiliate, dan juga profil. Situs website Tasqif.com. Website ini di kembangkan oleh Yayasan Indonesia Ngaji Subuh dan di publikasikan pertama kali pada 11 Februari 2021.

Berikut tampilan dari fitur yang terdapat di *website* tasqif.com yang peneliti ambil pada 15 Mei 2023 :

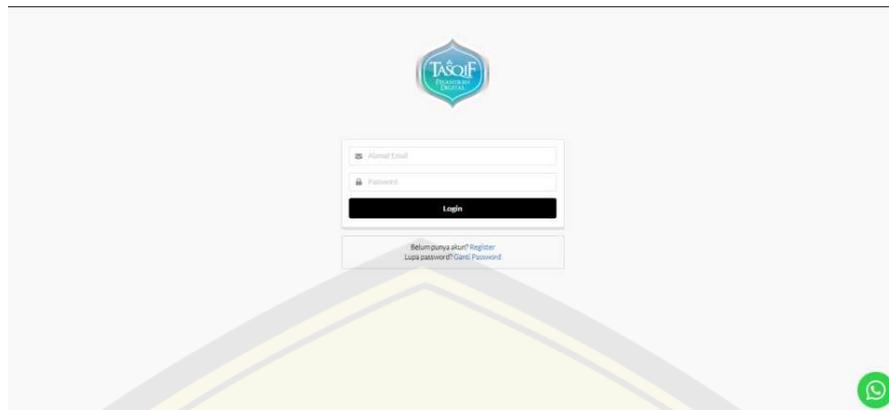


Gambar 2. 8 Landingpage Tasqif.com

<sup>31</sup> M. Schrepp and J. Thomaschewski, 2019.

<sup>32</sup> Santoso and others, 2019.

- Login



*Gambar 2. 9 Login tasqif.com*

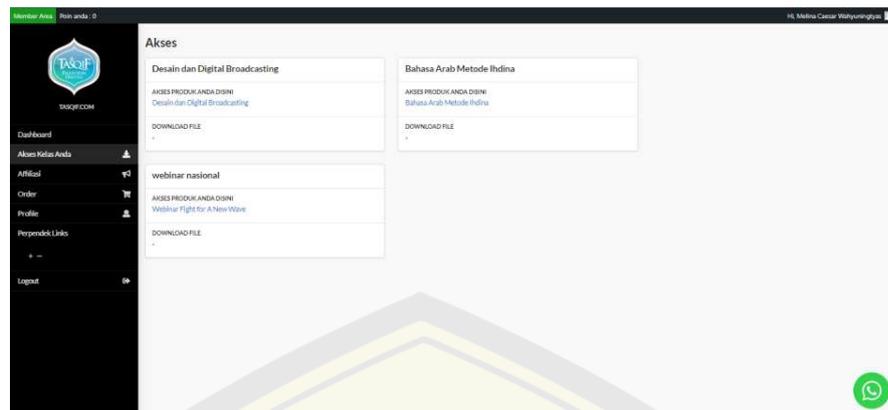
- Dashboard



*Gambar 2. 10 Dashboard tasqif.com*

- Akses Kelas

Pada fitur akses kelas ini terdapat informasi kelas yang dapat diakses kapan saja karena menggunakan system lifetime yang didalam setiap akses kelas terdapat informasi join grup *whatsapp* dan akses kelas melalui *zoom meeting* maupun hasil rekaman di *youtube*.



Gambar 2. 11 Akses kelas tasqif.com

- Afiliasi

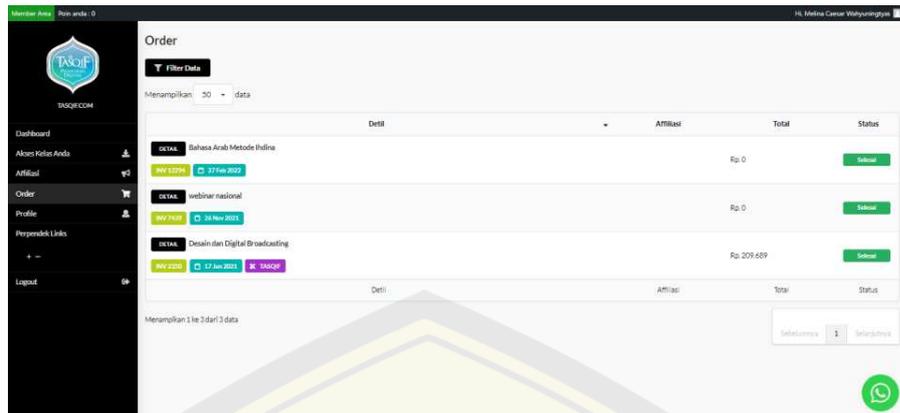
Pada fitur *affiliate* terdapat informasi afiliasi pengguna dengan admin tasqi.com untuk mendapatkan keuntungan kerjasama terkait marketing kelas-kelas online yang disediakan. Di dalam fitur afiliasi terdapat sub fitur seperti komisi, link, bantuan, kupon, order, bonus editor, *facebook pixel*, dan informasi jaringan pengguna.



Gambar 2. 12 Affiliate tasqif.com

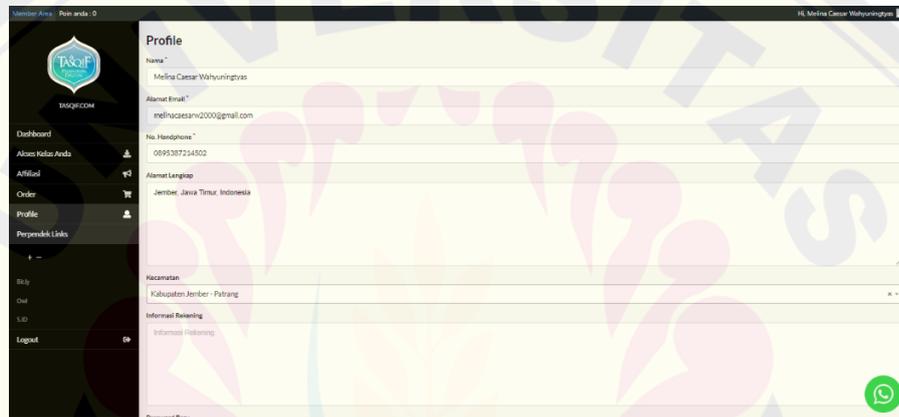
- Order

Fitur ini memberikan informasi terkait kelas apa saja yang pernah dibeli oleh pengguna dengan detail keterangan seperti nama kelas, harga, afiliasi dan status pembelian.



Gambar 2. 13 Order tasqif.com

- Profil



Gambar 2. 14 Profil tasqif.com

### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian jenis penelitian, objek penelitian, tahapan penelitian serta uraian metodologi yang di gunakan dalam proses penelitian ini.

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada yakni penelitian terapan. Penelitian terapan ialah penelitian yang melakukan penyelidikan dengan penuh kehati-hatian, sistematis dan berulang terhadap suatu perkara agar dapat di gunakan sesegera mungkin sesuai keperluan tertentu<sup>33</sup>.

#### 3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengguna *website tasqif.com* dengan kategori GEN X, Y dan Z. Ketentuan jumlah responden sebanyak 15 orang dengan porsi responden GEN Y lebih banyak dari yang lain karena perlu meninjau kembali hasil penggalan data yang menyatakan GEN Y banyak mengalami kompleksitas permasalahan.

#### 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

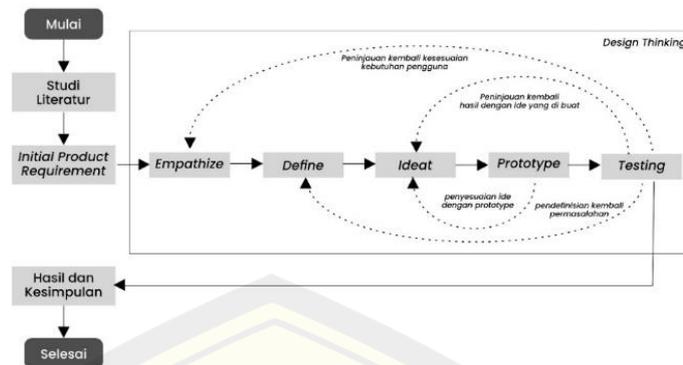
Tempat dan waktu penelitian dilakukan secara offline maupun online selama 4 bulan dimulai sejak Februari 2023.

#### 3.4 Tahapan Penelitian

Tahapan metodologi penelitian ini merupakan runtunan langkah penelitian yang akan di implementasikan selama penelitian berlangsung. Berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan peneliti :

---

<sup>33</sup> Nazir, 1988.



Gambar 3. 1 Tahapan Design Thinking

### 3.5 Studi Literatur

Studi literatur merupakan tahapan untuk menelusuri sumber-sumber penelitian terdahulu maupun dasar teori yang dapat di gunakan dalam mendukung tahapan penelitian yang dilakukan. Dasar teori yang di gunakan berkolerasi dengan perancangan desain seperti macam-macam metode perancangan, *user interface* dan *user experience*, *design thinking*, dan *User Experience Questionnaire* (UEQ).

### 3.6 Initial Product Requirement

Fase ini digunakan untuk persiapan awal sebelum membuat sebuah produk. Pada fase ini diawali dengan membuat hipotesis awal dari proses evaluasi terhadap pengguna dengan cakupan masalah yang jelas, mudah dimengerti dan dapat ditindaklanjuti (*actionable*). Dari kusioner awal yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti mendapati hasil bahwa banyak dari pengguna yang mengeluhkan permasalahan pada website *tasqif.com* yakni *user experience* yang kurang cukup membingungkan dan pada *user interface* yang membuat tampilan yang tidak konsisten dan tidak tegas. Kusioner ini dilakukan pada pengguna usia 13-57 tahun (Gen X, Y dan Z). Untuk Gen X usia Dari hasil kusioner awal ini, peneliti menentukan target persona yang digunakan sebagai sampel berjumlah 15 orang, jumlah ini dapat mewakili dan mempresetasikan 80%-97% dari berbagai problematika yang terdapat pada

pengguna<sup>34</sup>. Pada fase ini membuat *background* masalah dari hasil kusioner awal, menentukan *objective/goal product* penelitian, dan menentukan *user persona*.



Gambar 3. 2 Tahapan Initial Product Requirement

### 3.7 Fase Empathize

Setelah melakukan analisis kebutuhan dan menghasilkan hipotesis, *objective goals* dan *user persona*, dilanjutkan dengan melakukan kajian lebih mendalam terkait permasalahan yang dihadapi pengguna untuk mendapatkan penjabaran yang lebih detail terkait apa saja kendala yang dialami. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan pada fase *empathize*:

- *In-dept interview*

*In-depth interview* dilakukan dengan menggali permasalahan yang sudah didapatkan dari evaluasi pada analisis kebutuhan. Setiap persona akan diwawancarai secara mendalam terkait apa yang menyebabkan permasalahan itu terjadi. Pertanyaan yang diajukan mengenai apa yang memicu atau menyebabkan pengguna menggunakan *website tasqif.com*, kemudian apa saja yang aksi/dilakukan pengguna untuk mencapai tujuan itu, apa yang diharapkan pengguna setelah melakukan aksi tersebut dan apa yang akan pengguna investasikan, lakukan dan berikan agar dapat menikmati variable

<sup>34</sup> P. J. Alroobaea, R., & Mayhew, 2014.

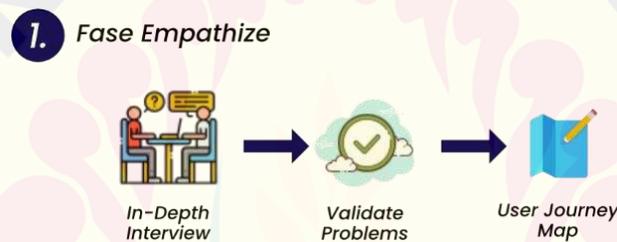
reward itu kembali. Dari hasil in depth interview ini kemudian disusun ke dalam *Hook Model Canvas* untuk memudahkan pemetaan hasil yang didapat.

- *Validate problems*

Setelah menayakan terkait masalah yang dihadapi oleh pengguna, dilanjutkan dengan validasi terkait masalah-masalah yang disampaikan oleh masing-masing persona untuk kemudian dikelompokkan sehingga masalah tersebut dapat ditindaklanjuti dalam membuat solusi penyelesaian.

- *User Journey Map*

Pada tahapan ini memebentuk suatu susunan *user journey map* yang berisikan alur, perilaku, aktivitas dan interaksi pada pengguna. *User journey map* dibuat berdasarkan susunan persona.



Gambar 3. 3 Tahapan Empathize

### 3.8 Fase Define

Setelah melakukan proses pembuatan *user journey map* dilanjutkan dengan penyusunan permasalahan pada *user journey map* menjadi *challenge*/tantangan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna yang dapat menjadi suatu solusi. Berikut tahapan pada fase *define* :

- *Create Challenge (How Might We)*

Tahapan ini digunakan untuk merubah masalah yang kita temukan menjadi tantangan dan *actionable statement* (pernyataan yang bisa ditindaklanjuti).

- *Update User Journey Map*

Setelah menjabarkan setiap *challenge*, kemudian dilanjutkan dengan memperbarui user journey map dengan memasukkan berbagai challenge yang telah ditemukan kedalam *user journey map* yang sesuai dengan *user persona*. Hal ini dilakukan untuk melakukan analisa lanjutan mengenai prioritas tantangan yang nanti akan diutamakan dan hal ini berkesinambungan dengan proses *brainstroming* dengan menghasilkan ide-ide penyelesaian.

- Menentukan *value proposition*

*Value proposition* adalah manfaat produk yang diberikan/tawarkan kepada pengguna untuk menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan pengguna<sup>35</sup>. Adapun langkah menentukan value proposition sebagai berikut :

*Formula :*

***It's*** < *your platform or app goes here*>

***For*** < *type of customers or customer need goes here*>

- *Determine UX Atribute, Signal, dan Matrics*

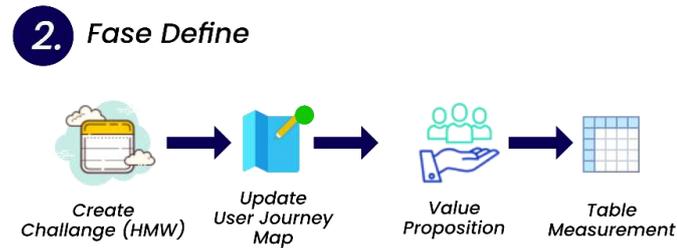
*UX Atribute, Signal, dan Matrics* adalah indikator kunci dari keberhasilan desain yang bisa diukur dan ditargetkan<sup>36</sup>. Dari tahapan ini dihasilkan sebuah impact yang *comparable* (dapat dibandingkan) antara nilai sebelum, aktual dan target. Beberapa atribut yang dapat diukur seperti *usability, usefulness, discoverability, learnability, efficiency, memorability, effectiveness, desirability, emotional impct, statisfaction, dan credibility*<sup>37</sup>. Hal ini bisa diukur dengan menggunakan metode *User Experience Questionire* (UEQ).

---

<sup>35</sup> Mardita, 2020.

<sup>36</sup> Mardita, 2020.

<sup>37</sup> Mardita, 2020.



Gambar 3. 4 Tahapan Define

### 3.9 Fase Ideate

Pada fase ini akan dijabarkan mengenai segala macam ide atau gambaran berupa hasil *brainstroming* yang akan digunakan dalam proses perancangan. Dalam proses penyusunan ide ini ada beberapa tahapan yang dilalui yakni, *generatif design*, *conceptual design*, dan *product design*. Berikut penjelasan tahapan pada fase ini :

- *Generative design*

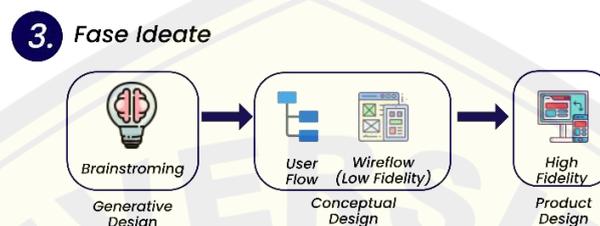
Proses ini merupakan proses pengumpulan ide sebanyak-banyaknya, serta membuat strategi dalam penyusunan rancangan yang akan dilakukan. Proses ini dilakukan dengan *brainstroming* sebagai dasar pedoman dalam menyusun landasan kebutuhan pada rancangan *user interface*. Proses *brainstroming* di lakukan dengan menjawab solusi dari HMW yang di buat sebelumnya. Pada fase *brainstroaming* juga melibatkan saran dan masukan dari responden yang didapat dari fase *in dept interview* dan saran masukan saat proses pembuatan desain pada figma.

- *Conceptual Design*

Proses ini membuat konsep dasar mengenai *user flow* dan *wireframe*. Konsep desain ini digunakan untuk menentukan dan membuat *product backlog* (fitur atau inisiatif yang akan dikerjakan yang masuk dalam proses *development*). Langkah ini juga bisa disebut dengan pembuatan *low fidelity (Lo-Fi)* atau *middle fidelity (Mi-Fi)*.

- *Product Design*

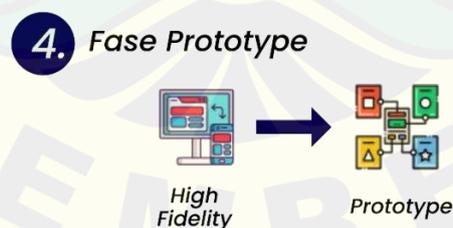
*Product Design* adalah tahapan terakhir pada fase ide setelah melalui tahapan *generative design* dan *conceptual design*. Pada tahapan ini akan membentuk suatu rancangan visual yang digunakan untuk memberikan gambaran sesungguhnya mengenai rancangan *user interface* yang akan diimplementasikan. Fase ini juga bisa disebut dengan pembuatan *high fidelity* (*Hi-Fi*). Untuk pembuatan desain Hi-Fi ini dibantu menggunakan *tools figma*.



Gambar 3. 5 Tahapan Ideate

### 3.10 Fase Prototype

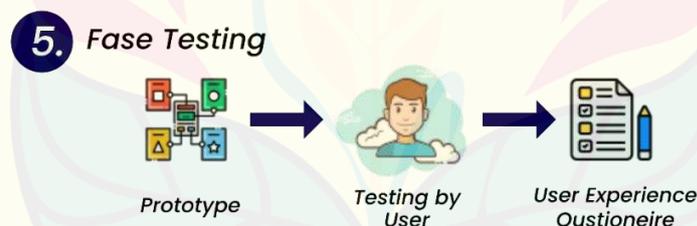
Di fase ini, desainer akan melakukan proses yang *iterative* untuk membuat dan menyelesaikan desain rancangan yang sesuai dengan hasil susunan di fase-fase sebelumnya. Penyusunan *prototype* dilakukan dengan menggunakan *tools Figma* yang dapat mengimplementasikan penyusunan *prototype* yang baik dengan beberapa kondisi didalamnya. Dan desain yang dibuat pada penelitian ini berupa desain *website* beserta responsifnya. Pada tahap ini bisa terjadi iterasi kembali pada tahapan ide jika dalam kondisi hasil analisis *prototype* yang tidak sesuai dengan ide yang sudah di buat sebelumnya, dan iterasi terjadi hingga hasilnya sesuai dengan kebutuhan pengguna



Gambar 3. 6 Tahapan Prototype

### 3.11 Fase *Testing*

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *prototype* yang sudah dibuat di fase yang dapat dijalankan oleh pengguna. Pengujian dilakukan kepada pengguna dengan tetap diberikan arahan oleh peneliti untuk mengurangi resiko kesalahan komunikasi yang dapat memengaruhi hasil pengujian. Pengujian dilakukan dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Pengujian dikatakan selesai jika parameter penilaian pengujian dengan metode UEQ ketika didapati hasil minimum *above average*, karena udah termasuk penilaian diatas rata-rata dengan nilai produk dataset yang memiliki nilai yang lebih tinggi, sedangkan 50% lainnya lebih rendah<sup>38</sup>. Terdapat beberapa kondisi yang membuat tahapan testing harus kembali pada tahapan-tahapan sebelumnya yakni, jika kondisi testing tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna maka kembali pada tahapan *empathize*, kondisi kedua jika hasil testing menunjukkan tidak sesuai dengan permasalahan yang di hadapi pengguna saat melakukan *task* pada *webite* maka harus kembali pada fase *define*, ketiga jika hasil testing menunjukkan ide-ide yang di rancang tidak sesuai dengan hasilnya maka di haruskan kembali pada fase *ideate*, dan jika iterasi semua telah sesuai dengan kebutuhan pengguna maka iterasi metode telah selesai.



Gambar 3. 7 Tahapan Testing

### 3.12 Hasil dan Kesimpulan

Setelah fase evaluasi telah dilakukan, akan di hasilkan sebuah kesimpulan yang menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya dan

<sup>38</sup> Schrepp and Thomaschewski, 2019.

menghasilkan satu rancangan *high fidelity responsive prototype*. Dan peneliti akan menambahkan kelebihan dan kekurangan penggunaan metode *Design Thinking* dan UEQ sebagai saran bagi peneliti selanjutnya serta lembaga kampus maupun pihak pengembang *website tasqif.com*.



## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai pembahasan hasil dari penelitian dan menjawab rumusan masalah, serta mencapai tujuan dan manfaat yang telah ditentukan sebelumnya.

### 4.1 *Initial Product Requirement*

Pada tahap ini dilakukan analisis kebutuhan pengguna dalam melakukan proses perancangan ulang *user interface* dan *user experience* pada *website* tasqif.com. Pada tahap ini melakukan penetapan hipotesis permasalahan melalui kumpulan-kumpulan hasil jawaban kusioner pengguna sebelumnya dan analisis peneliti, membuat *objective goals* dan menentukan pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini. Adapun tahapan yang dilakukan pada *initial product requirement* dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 4.1.1 *Hipotesis/Background Masalah*

Hipotesis ini didasarkan pada hasil kusioner dan pengembangan analisis peneliti. Hipotesis ini digunakan sebagai langkah awal menelaah permasalahan yang kemudian dapat dikembangkan lebih dalam. Adapun hasil hipotesis yang didapatkan sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi terkait profil *website* tasqif pada *landing page* sehingga membuat *user* tidak mendapatkan informasi secara utuh.



Gambar 4. 1 Landingpage

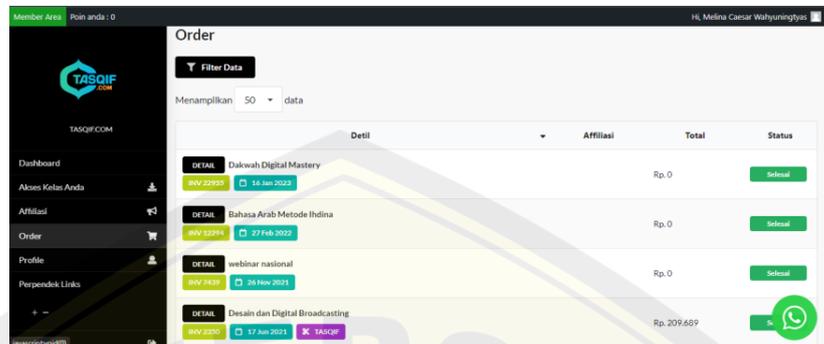
Pada gambar 4.1 disajikan berbagai kelas yang dapat dibeli dan ditawarkan, namun tidak ada informasi terkait *profile company* dari tasqif sehingga membuat pengguna kekurangan informasi tersebut.

2. Tampilan Dashboard yang tidak memberikan informasi apapun membuat pengguna bingung dan tidak memahami fungsionalitasnya.



Gambar 4. 2 Dashboard

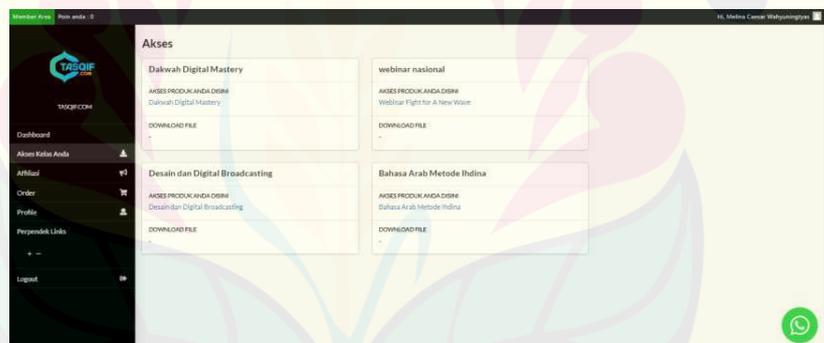
3. Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada tampilan berupa warna, tata letak dan tampilan huruf yang tidak konsisten dan membuat kurang nyaman di pandang.



Gambar 4. 3 Order

Pada gambar 4.3 Terdapat warna yang kurang nyaman di pandang dan juga pada gambar 4.1 memiliki *background* yang tidak konsisten.

4. Tidak adanya fitur pencarian sehingga menyulitkan pengguna dalam mencari suatu informasi secara cepat.



Gambar 4. 4 Akses Kelas

Pada gambar 4.4 tidak ada fitur pencarian sehingga menyulitkan pengguna mencari kelas baru yang akan dibeli sehingga ketika telah membeli kelas dengan jumlah yang banyak sehingga menyulitkan mengakses kelas secara efisien.

5. Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada *user experience* dalam mengakses kelas dikarenakan tidak efisien dan efisien sehingga menyulitkan pengguna.



Gambar 4. 5 Kelas

Gambar diatas merupakan langkah-langkah mengakses sebuah kelas pada tasqif.com yang menurut pengguna kurang efektif dan kurang efisien sehingga cukup menyulitkan pengguna.

#### 4.1.2 Objective/Goals Product

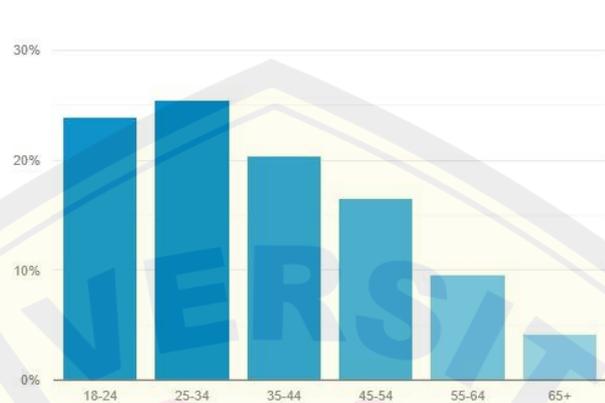
Dalam menentukan *objective/goals product* dilakukan dengan meninjau berbagai permasalahan yang ditemukan dan dapat ditidakanjuti yang kemudian diarahkan guna membangun rancangan ulang UI/UX pada *website* tasqif.com yang memiliki tingkat efektivitas dan efisiensi yang lebih baik serta dapat memberikan aspek *experience* yang lebih komunikatif dan memudahkan pengguna dalam mengakses *website* tasqif.com.

#### 4.1.3 Menentukan User Persona

Pemilihan *user persona* ditujukan pada 15 orang, hal ini di dasari pada pernyataan dari Alroobea dan Mayhew bahwa, dengan 15 orang yang digunakan sebagai sampel, hal ini dapat mewakili dan mempresetasikan 80%-97% dari berbagai problematika yang terdapat pada pengguna<sup>39</sup>. Pada penelitian ini, peneliti

<sup>39</sup> Alroobea & Mayhew, 2014.

memutuskan membagi menjadi 3 target kategori persona, yakni 3 orang dengan kriteria GEN-X, 7 orang dengan kriteria GEN-Y, dan 5 orang dengan kriteria GEN-Z. Pembagian jumlah responden pada setiap generasi didasarkan pada jumlah pengguna *website* tasqif.com yang dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 4. 6 Data usia pengguna *tasqif.com* (2023)

Jika melihat data diatas di dapati bahwa Gen Y menduduki jumlah paling banyak, kemudian disusun Gen Z, kemudian yang terakhir yakni Gen X. Berikut ini adalah penjabaran target persona pada penelitian ini :

Tabel 4. 1 Persona GEN-X

GEN - X			
KODE	NAMA	USIA	DOMISILI
PX-1	Daryus	50+ Tahun	Depok
PX-2	Heru Santoso	50+ Tahun	Tangerang Selatan
PX-3	K. Ali Muslim	50 Tahun	Tangerang Selatan

Tabel 4. 2 Persona GEN-Y

GEN -Y			
KODE	NAMA	USIA	DOMISILI
PY-1	Wilda Purnamasari	30 Tahun	Jember
PY-2	Abu Zubair	30 Tahun	Pekanbaru
PY-3	Shihie Afrahi	36 Tahun	Indramayu
PY-4	Aman Sukandi	36 Tahun	Bogor
PY-5	Gustav	30+ Tahun	Bogor
PY-6	Aisyah Karim	41 Tahun	Aceh
PY-7	Cahyo	30+ Tahun	Sidoarjo

Tabel 4. 3 Persona GEN-Z

GEN -Z			
KODE	NAMA	USIA	DOMISILI
PZ-1	Aisyah Q.K.	25 Tahun	Jember
PZ-2	Azizah Aminawati	23 Tahun	Jember
PZ-3	Dina Rizky A. A.	22 Tahun	Pamekasan
PZ-4	Achmad Iyad Tajuddin	15 Tahun	Banten
PZ-5	Chintya Nurbayani	23 Tahun	Jakarta

#### 4.2 Fase *Empathize*

Setelah melakukan analisis pengguna di tahapan *initial product requirement* dan menghasilkan hipotesis, *objective/goals* dan target *user* persona, kemudian dilanjutkan melakukan pengkajian lebih dalam terkait permasalahan, guna mendapatkan penjabaran lebih detail terkait kendala yang dialami *user*. Berikut tahapan yang dilakukan pada fase *empathize* :

#### 4.2.1 In-Depth Interview

*In-depth interview* dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih dalam terkait permasalahan yang dirasakan oleh pengguna. Setiap target responden diwawancarai satu-persatu untuk menjabarkan penyebab permasalahan yang dirasakan sehingga akan didapatkan berbagai hasil pemikiran yang berbeda-beda. Hasil *In-depth interview* dituangkan pada *hook model canvas* yang memiliki 4 elemen yang dapat membantu proses penelitian berlangsung. Berikut adalah penjabaran 4 komponen yang disampaikan oleh Mardita dalam bukunya<sup>40</sup>.

1. **Trigger** : Apa yang memicu pengguna melakukan tujuannya (faktor internal dan eksternal).
2. **Action** : Aksi yang dilakukan pengguna untuk mencapai tujuan tersebut.
3. **Variable Reward** : Harapan yang akan didapatkan pengguna setelah melakukan aksi.
4. **Investment** : Investasi/pengorbanan yang diberikan, dilakukan pengguna untuk menikmati *variable reward* dikemudian hari.

Berikut adalah hasil penjabaran *hook model canvas* yang telah didapatkan :

#### -Hook model canvas : Aisyah Q.K (PZ-1)



Gambar 4. 7 Hook Model Canvas GEN-Z

<sup>40</sup> Mardita, 2020.

**-Hook model canvas : Wilda Purnamasari (PY-1)**

Gambar 4. 8 Hook Model Canvas GEN-Y

**-Hook model canvas : Heru Santosa (PX-2)**

Gambar 4. 9 Hook Model Canvas GEN-X

Hasil *hook model canvas* masing-masing persona kemudian dirangkum menjadi 1 untuk mengumpulkan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pengguna. Hasil rangkuman *in-dept interview* akan dijabarkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 4 In-Depth Interview

No.	<i>In-depth interview</i>
1.	<p>Pengguna kurang mendapatkan informasi terkait profil tasqif (tentang penjelasan <i>company</i> ataupun penawaran kelas yang diberikan).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketidakpuasan pengguna karena kurangnya informasi jelas tentang profil perusahaan tasqif dan biodata pementor kelas.</li> <li>- Warna dan tata letak di landing page yang membuat pengguna merasa kurang nyaman.</li> </ul>
2.	<p>Tampilan dashboard yang tidak memuat informasi dengan jelas membuat pengguna kebingungan dan ketidakjelasan fungsional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketidakpuasan pengguna akan adanya fitur dashboard yang hanya berisi gambar yang membuat pengguna baru khususnya kebingungan akan fungsionalitas dari dashboard itu sendiri.</li> </ul>
3.	<p>Adanya ketidakpuasan pengguna yang terletak pada warna/corak website, penempatan fitur dan tampilan huruf yang kurang jelas dan tidak konsisten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penataan menu yang dirasa tidak familiar dan cukup membuat pengguna kurang efisien saat menggunakan.</li> <li>- Beberapa fitur seringkali tidak responsive terhadap perlakuan dari pengguna seperti akses kuis, sertifikat ataupun download materi.</li> </ul>
4.	<p>Tidak adanya fitur pencarian sehingga membuat pengguna kesulitan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penawaran kelas yang cukup banyak membuat pengguna kesulitan menjujua tujuan tertentu dengan cepat, dan memilih kelas yang sudah dibeli jika jumlahnya cukup banyak membuat pengguna mengeluarkan <i>effort</i> lebih untuk mencapai tujuan seperti mencari kelas yang akan di tonton.</li> <li>- Tidak adanya pengingat kelas yang akan berlangsung dan seauh mana kelas telah dilalui.</li> </ul>

	Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada alur akses kelas yang kurang efisien dan tidak familiar.
5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tahapan akses kelas yang membutuhkan langkah lebih banyak yang diinginkan pengguna untuk lebih dimudahkan dalam step menuju tujuan. Beberapa responden juga menyampaikan ketidakpuasan terhadap penggunaan fitur (langkah-langkah) penggunaan seperti afiliasi karena tidak diaspaikan tutorial penggunaannya dan dirasa tidak familiar jika dibandingkan menggunakan fitur afiliasi di website lainnya.</li> </ul>

#### 4.2.2 Validate Problems

Tabel 4. 5 Validate Problems GEN-X

No.	Masalah	PX-1	PX-2	PX-3
1.	Pengguna kurang mendapatkan informasi terkait profil tasqif (tentang penjelasan <i>company</i> ataupun penawaran kelas yang diberikan).		✓	
2.	Tampilan dashboard yang tidak memuat informasi dengan jelas membuat pengguna kebingungan dan ketidakjelasan fungsional.			
3.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang terletak pada warna/corak website, penempatan fitur dan tampilan huruf yang kurang jelas dan tidak konsisten.			
4.	Tidak adanya fitur pencarian sehingga membuat pengguna kesulitan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat.	✓	✓	
5.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada alur akses kelas yang kurang efisien dan tidak familiar.	✓	✓	

Tabel 4. 6 Validate Problems GEN-Y

No.	Masalah	PY-1	PY-2	PY-3	PY-4	PY-5	PY-6	PY-7

1.	Pengguna kurang mendapatkan informasi terkait profil tasqif (tentang penjelasan <i>company</i> ataupun penawaran kelas yang diberikan).	✓			✓	✓	✓	
2.	Tampilan dashboard yang tidak memuat informasi dengan jelas membuat pengguna kebingungan dan ketidakjelasan fungsional.							
3.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang terletak pada warna/corak website, penempatan fitur dan tampilan huruf yang kurang jelas dan tidak konsisten.		✓					
4.	Tidak adanya fitur pencarian sehingga membuat pengguna kesulitan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat.	✓	✓	✓	✓	✓		
5.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada alur akses kelas yang kurang efisien dan tidak familiar.	✓			✓	✓		

Tabel 4. 7 Validate Problems GEN-Z

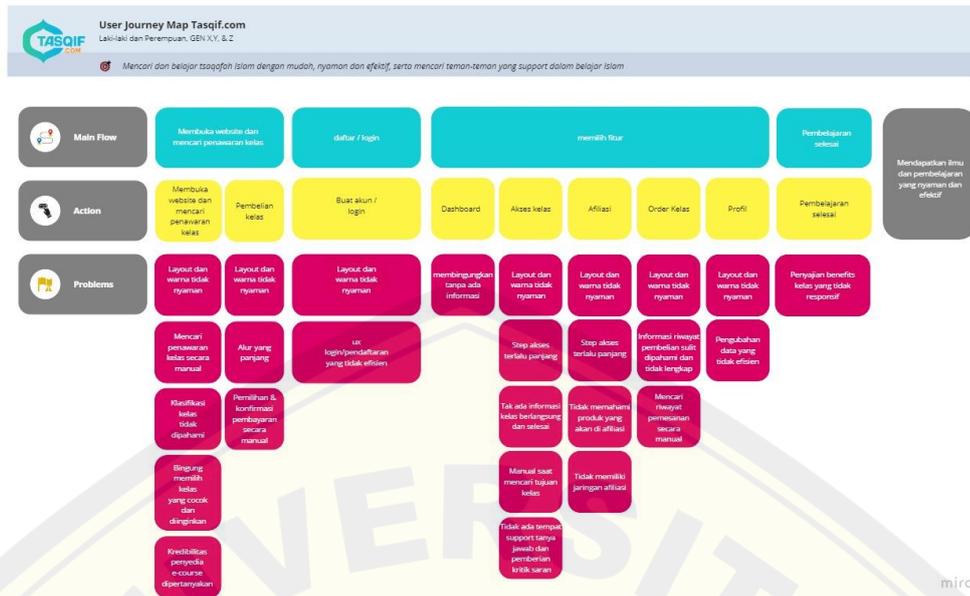
No.	Masalah	PZ-1	PZ-2	PZ-3	PZ-4	PZ-5
1.	Pengguna kurang mendapatkan informasi terkait profil tasqif (tentang penjelasan <i>company</i> ataupun penawaran kelas yang diberikan).	✓	✓	✓		
2.	Tampilan dashboard yang tidak memuat informasi dengan jelas	✓	✓	✓	✓	

	membuat pengguna kebingungan dan ketidakjelasan fungsional.					
3.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang terletak pada warna/corak website, penempatan fitur dan tampilan huruf yang kurang jelas dan tidak konsisten.	✓	✓			✓
4.	Tidak adanya fitur pencarian sehingga membuat pengguna kesulitan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat.	✓	✓	✓	✓	✓
5.	Adanya ketidakpuasan pengguna yang mengarah pada alur akses kelas yang kurang efisien dan tidak familiar.			✓		✓

#### 4.2.3 Membuat User Journey Map

Hasil dari proses *in depth interview* kemudian dirangkum pada table *User Journey Map 1*. Beberapa elemen yang terdapat pada *User Journey Map 1* antara lain sebagai berikut :

- **Main Flow** : berupa aktivitas yang dilakukan pengguna saat menggunakan produk.
- **Action** : berisikan tentang penjabaran detail terhadap *main flow*.
- **Problems** : berisikan tentang penjabaran masalah yang dialami pengguna pada setiap *action* yang dilakukan. Berikut adalah table *User Journey Map 1* yang telah didapatkan oleh peneliti :



Gambar 4. 10 User Journey Map

### 4.3 Fase Define

Pada fase ini melakukan tahapan lanjutan *empathize* yakni merancang penyelesaian masalah-masalah yang telah dirangkum. Berikut beberapa sub tahapan di fase *define* :

#### 4.3.1 Create How Might We (HMW)

Tahapan ini melakukan penerjemahan masalah yang telah dikumpulkan menjadi tantangan/*challenge* yang dapat ditindaklanjuti pada tahapan selanjutnya. HMW ini dirancang berdasarkan pada hasil *in depth interview* pada *table 4.4*. Berikut adalah hasil penjabaran HMW yang telah dibuat :

Tabel 4. 8 How Might We

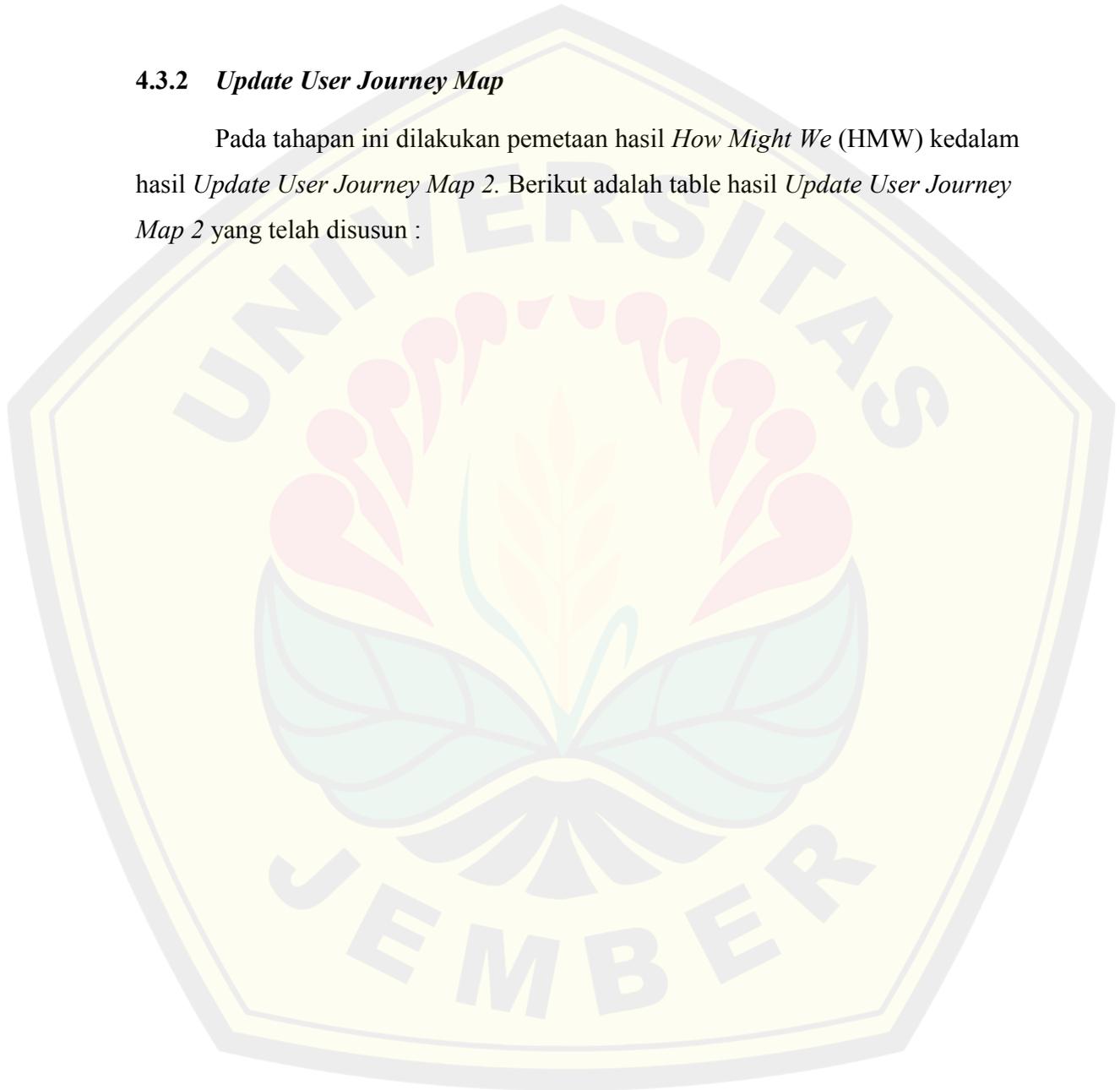
No	Permasalahan	Challenge / Tantangan
1.	Layout dan warna kurang tertata	Bagaimana mengubah layout UI dan warna pada UI website tasqif yang komunikatif ?

2.	Mencari penawaran kelas, akses kelas, riwayat pembelian secara manual	Bagaimana pengguna dapat Mencari penawaran kelas, akses kelas, riwayat pembelian secara efisien dan cepat ?
3.	Klasifikasi kelas yang sulit dipahami	Bagaimana membuat Klasifikasi kelas yang mudah dipahami ?
4.	Pengguna bingung memilih kelas yang cocok dan diinginkan	Bagaimana membuat pengguna dapat memilih kelas yang cocok dan diinginkan dengan efisien ?
5.	UX akses fitur rumit	Bagaimana membuat UX fitur yang sederhana dan memudahkan pengguna?
6.	Pemilihan dan konfirmasi pembayaran manual	Bagaimana membangun sistem pemilihan dan konfirmasi pembayaran yang efisien ?
7.	Tidak ada pembeda antara kelas yang berlangsung dan selesai	Bagaimana membuat pembeda dan notifikasi tentang kelas yang sedang berlangsung atau selesai ?
8.	Informasi kredibilitas penyedia e-course	Bagaimana menyajikan informasi kredibilitas penyedia e-course ?
9.	Tidak ada tempat support tanya jawab dan pemberian kritik saran	Bagaimana membangun fasilitas tempat support tanya jawab dan pemberian kritik saran ?
10.	Penyajian benefits kelas yang tidak responsif	Bagaimana menyajikan benefits kelas yang responsive dan informatif ?
11.	Pengguna tidak memahami produk yang akan diafiliasi	Bagaimana membuat Pengguna memahami produk yang akan diafiliasi ?

12.	Pengguna tidak memiliki jaringan afiliasi	Bagaimana membangun jaringan afiliasi bagi pengguna ?
13.	Informasi riwayat pembelian sulit dipahami dan tidak lengkap	Bagaimana membangun Informasi riwayat pembelian mudah dipahami dan informatif ?

#### 4.3.2 *Update User Journey Map*

Pada tahapan ini dilakukan pemetaan hasil *How Might We* (HMW) kedalam hasil *Update User Journey Map 2*. Berikut adalah table hasil *Update User Journey Map 2* yang telah disusun :





### ***Value Proposition***

*It's website* tasqif.com

**For** para pembelajar Islam yang ini mencari dan mengikuti kelas online Islami yang nyaman dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun.

#### **4.3.4 Menentukan UX Attribute, Signal, dan Matrics**

UX *Attribute, Signal, dan Matrics* adalah indikator keberhasilan desain yang dapat diuji dan diukur pada tahapan pengujian. Pengujian rancangan desain menggunakan metode *usability testing* yang diterapkan menggunakan *User Experience Qustionneire (UEQ)*. Berikut adalah skala yang akan digunakan pada pengujian desain rancangan menurut ada 6 atribut yang digunakan, yakni *attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, dan novelty*<sup>41</sup>.

- *Attractiveness* : Apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai produk ?
- *Perspicuity* : Apakah sistem mudah di pelajari dan digunakan pengguna ?
- *Efficiency* : Apakah sistem mempermudah pengguna menyelesaikan suatu *task* dengan waktu yang singkat ?
- *Dependability* : Apakah sistem memberikan *feedback* sesuai tindakan pengguna ? atau apakah pengguna dapat memahami interaksi sistem ?
- *Stimulation* : Apakah sistem dapat menarik pengguna untuk menggunakan layanan kembali di lain waktu ?
- *Novelity* : Apakah produk tersebut kreatif dan inovatif ?

Berikut adalah tabel UX *Attribute, Signal, dan Matrics* yang tertera pada tabel 4.9.

*Tabel 4. 9 UX Attribute*

---

<sup>41</sup> Schrepp et al, 2019.

No.	Challenge	UX Attribute	Signal	Metrics
1.	Bagaimana membuat layout, penyajian fitur dan warna UI website tasqif yang komunikatif ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Stimulation</i></li> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Perspicuity</i></li> <li>• <i>Novelity</i></li> </ul>	Sistem dapat menarik pengguna untuk menggunakan layanan	Hasil pengujian dari indikator <i>UX Attribute</i> yang ditentukan dapat
2.	Bagaimana membuat penjelasan profil website tasqif yang menarik dan dapat interaktif bagi pengguna ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Novelity</i></li> <li>• <i>Stimulation</i></li> </ul>	Informasi yang disampaikan kepada pengguna dapat diterima dengan baik	menunjukkan nilai diatas batas minimum kelayakan yang sudah ditentukan pada
3.	Bagaimana membuat proses pencarian penawaran kelas dan kelas yang akan dipelajari menjadi lebih cepat dan efisien ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Efficiency</i></li> <li>• <i>Perspicuity</i></li> <li>• <i>Dependability</i></li> <li>• <i>Attractiveness</i></li> </ul>	Penggguna dapat menjalankan <i>tools</i> dengan mudah, efisien dan komunikatif	perhitungan UEQ, sehingga dapat disimpulkan rancangan yang dibuat sudah sesuai dengan harapan
4.	Bagaimana membuat pengguna dapat memilih kelas yang cocok dan diinginkan penngguna dengan efisien ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Efficiency</i></li> <li>• <i>Perspicuity</i></li> <li>• <i>Stimulation</i></li> </ul>	Sistem dapat memberikan informasi kelas yang cocok dan diinginkan pengguna	pengguna.

5.	Bagaimana membuat pemberitahuan dan notifikasi tentang kelas yang sedang berlangsung atau selesai ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Dependability</i></li> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Efficiency</i></li> </ul>	Informasi yang disajikan dapat membantu pengguna menentukan pilihan selanjutnya
6.	Bagaimana membuat alur UX akses kelas yang sederhana dan memudahkan pengguna saat menggunakan website tasqif ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Dependability</i></li> <li>• <i>Perspicity</i></li> <li>• <i>Efficiency</i></li> <li>• <i>Stimulation</i></li> </ul>	Sistem dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik dan nyaman
7.	Bagaimana membuat proses pembayaran kelas yang mudah dan efisien ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Stimulation</i></li> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Perspicity</i></li> <li>• <i>Depandibilty</i></li> </ul>	UI dan Sistem dapat memberikan kesan kemudahan dalam bertransaksi pembelian kelas
8.	Bagaimana menyajikan fitur-fitur dan benefits yang responsif dan mudah digunakan ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Depandibilty</i></li> <li>• <i>Perspicity</i></li> </ul>	Pengguna dapat mudah mengenali dan memahami <i>tools</i> pada <i>website</i>

9.	Bagaimana membuat alur UX afiliasi yang sederhana dan memudahkan pengguna saat menggunakan website tasqif ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attractiveness</i></li> <li>• <i>Dependability</i></li> <li>• <i>Perspiciuity</i></li> <li>• <i>Efficiency</i></li> <li>• <i>Stimulation</i></li> </ul>	Sistem dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik dan nyaman	
----	---	---	--	--

#### 4.4 Fase *Ideate*

Pada fase ini melakukan tahapan lanjutan *define* yakni merancang implementasi atas masalah-masalah yang telah dikumpulkan. Berikut beberapa sub tahapan di fase *ideatee* :

##### 4.4.1 *Generative Design*

Pada fase ini dilakukannya *brainstorming* dengan mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya. Ada 2 hal yang bisa dilakukan untuk mengumpulkan ide-ide tersebut, yakni dengan *scenario mapping*. *Scenario mapping* didapatkan dengan menjawab kemungkinan yang terjadi terkait *action* dan *challenge* (HMW) yang terdapat pada *tabel 4.8 How Might We*.

*Tabel 4. 10 Scenario Mapping*

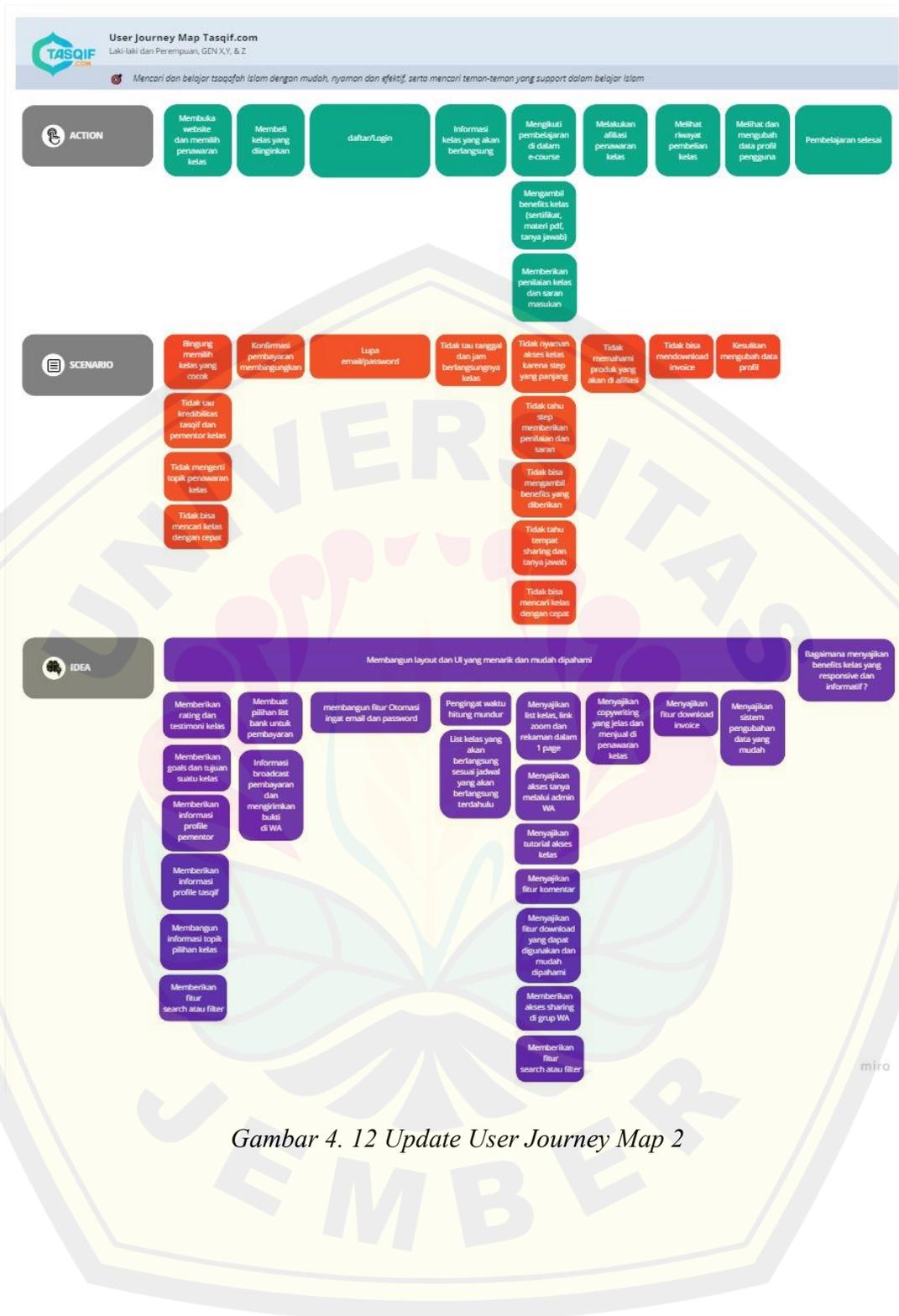
NO.	Action	Scenario Mapping	Ide/solusi
1.	Membuka website dan memilih penawaran kelas	1. Penataan dan penjelasan penawaran kelas yang tidak nyaman 2. Mencari Penawaran kelas manual	1. Membangun layout penawaran kelas yang menarik dan mudah dipahami 2. Memberikan fitur search/filter

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Klasifikasi kelas kurang dipahami</li> <li>4. Bingung memilih kelas yang cocok</li> <li>5. Informasi Kredibilitas penyedia e-course</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Memberikan informasi yang jelas dan pengklasifikasian kelas sesuai topik selaras</li> <li>4. Memberikan informasi tujuan dan capaian setiap kelas yang akan didapatkan, memberikan informasi testimony dan rating kelas</li> <li>5. Memberikan penjelasan profil <i>company</i>, menarik dan informatif</li> </ol>
2.	Pembelian/pembayaran kelas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alur yang panjang dan menyulitkan</li> <li>2. Pemilihan &amp; konfirmasi pembayaran dilakukan secara manual</li> <li>3. Tidak ada biodata pementor</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun UX pembayaran yang efisien dan mudah dipahami</li> <li>2. Memberikan tools pilihan pembayaran dan konfirmasi otomatis</li> <li>3. Memberikan penjelasan profil</li> </ol>

		4. Tidak ada penilaian/dari pengguna sebelumnya	<p>pementor, menarik dan informative</p> <p>4. Menambahkan testimoni dan rating dari pengguna yang telah membeli sebelumnya</p>
3.	Mengakses kelas	<p>1. UX akses kelas yang membutuhkan waktu yang panjang</p> <p>2. Tidak ada informasi kelas yang berlangsung dan selesai</p> <p>3. Manual saat mencari kelas tujuan</p> <p>4. Tidak ada tempat support tanya jawab dan pemberian kritik saran</p> <p>5. Penyajian benefits kelas yang tidak responsive</p>	<p>1. Membangun UX pembayaran yang efisien dan mudah dipahami</p> <p>2. Membangun informasi terkait kelas yang berlangsung dan sudah dilaksanakan</p> <p>3. Memberikan fitur pencarian atau filter untuk mencapai tujuan dengan cepat</p> <p>4. Membangun sistem untuk wadah tanya jawab berupa forum/group tertentu dan kolom saran dan kritik setiap kelas</p> <p>5. Menyajikan benefits kelas dengan mudah</p>

			diakses dan responsive
4.	Afiliasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aksi penggunaan fitur yang tidak familiar</li> <li>2. UX afiliasi yang membutuhkan waktu yang panjang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan visualisasi <i>tools</i> yang familiar dan sesuai fungsinya</li> <li>2. Membangun UX akses kelas yang efisien dan mudah dipahami</li> </ol>
5.	Riwayat Order kelas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penataan riwayat pembelian kelas yang kurang nyaman</li> <li>2. Pencarian riwayat pembelian secara manual</li> <li>3. Informasi riwayat pembelian sulit dipahami dan tidak lengkap</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun layout riwayat pembelian kelas yang menarik dan mudah dipahami</li> <li>2. Memberikan fitur search/filter tuk permudah pengguna mencapai tujuan</li> <li>3. Menyajikan informasi yang jelas dan lengkap dan mudah dipahami</li> </ol>

Berdasarkan hasil *brainstorming* dengan menggunakan *tools scenario mapping*, kemudian dilanjutkan dengan mengupdate *user journey map* yang telah dibuat sebelumnya. Berikut adalah hasil update *user journey map*.



Gambar 4. 12 Update User Journey Map 2

#### 4.4.2 Conceptual Design

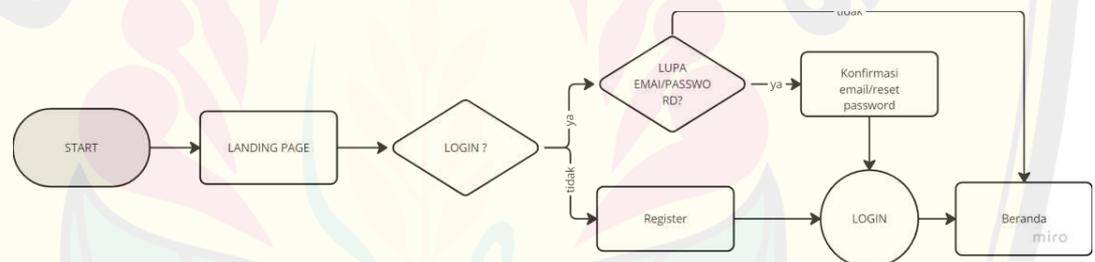
Pada tahapan ini membuat konsep dasar dari hasil brainstorming yang sudah didapatkan. Pada tahapan ini menghasilkan beberapa data yakni *user flow*, *wireframe* dan penentuan *UI Guidelines*.

##### a. User Flow

*User flow* adalah serangkaian langkah-langkah atau tugas yang dilakukan pengguna agar dapat mencapai suatu *goals* suatu fitur yang disajikan. Pada pembuatan *user flow* memperhatikan alur aplikasi sesuai dengan hasil *brainstorming* yang telah didapatkan. Berikut adalah *user flow* yang telah dibuat, diantaranya sebagai berikut :

##### **User Flow Login**

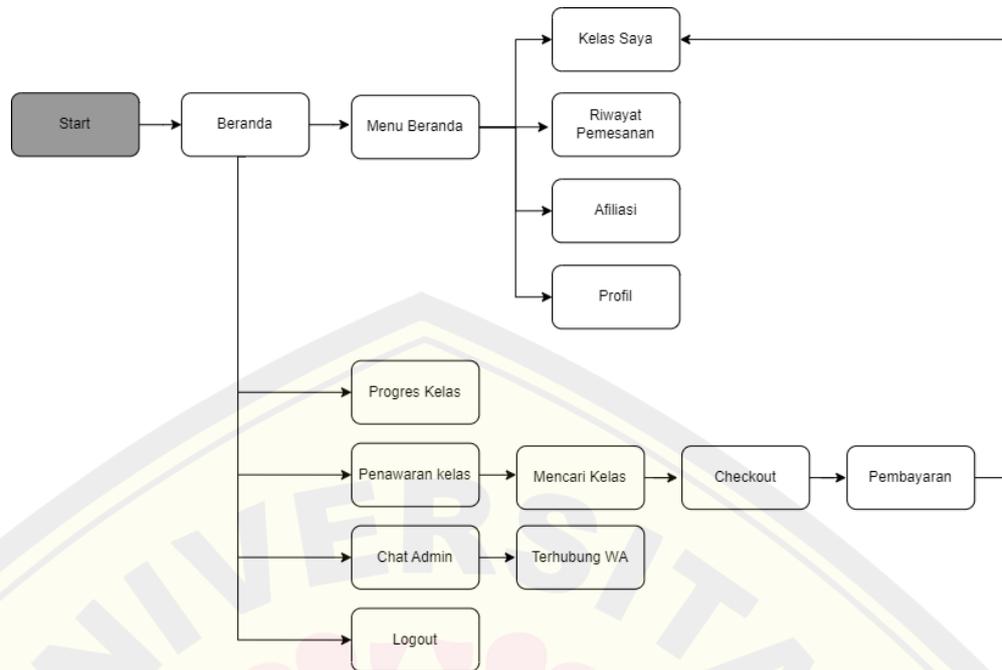
*User Flow* pada login digunakan untuk membuat pengaturan identifikasi yang khas bagi setiap pengguna. Hal ini dirancang guna mensolusi permasalahan pengguna terkait flow login yang dirasa tidak simple dan menyulitkan.



Gambar 4. 13 User Flow Login

##### **User Flow Beranda**

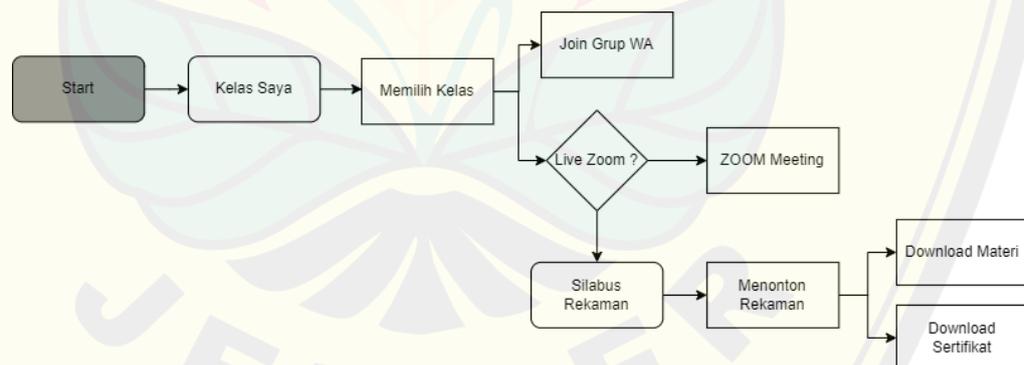
*User Flow* pada beranda dibangun guna menyelesaikan permasalahan pengguna akan UX yang dirasa kurang efisien dan kurang interaktif pada fitur beranda.



Gambar 4. 14 User Flow Dashboard

**User Flow Kelas Saya**

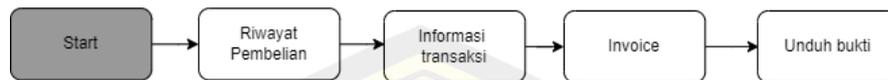
User flow pada kelas saya dibangun guna mensolusi permasalahan pengguna akan akses UX kelas yang dirasakan kurang efisien dan penyajian fitur benefits yang tidak konsisten. Dan penyusunan fitur-fitur penunjang terkait kelas-kelas online yang dapat diakses pengguna.



Gambar 4. 15 User Flow Kelas Saya

### User Flow Riwayat Pembelian

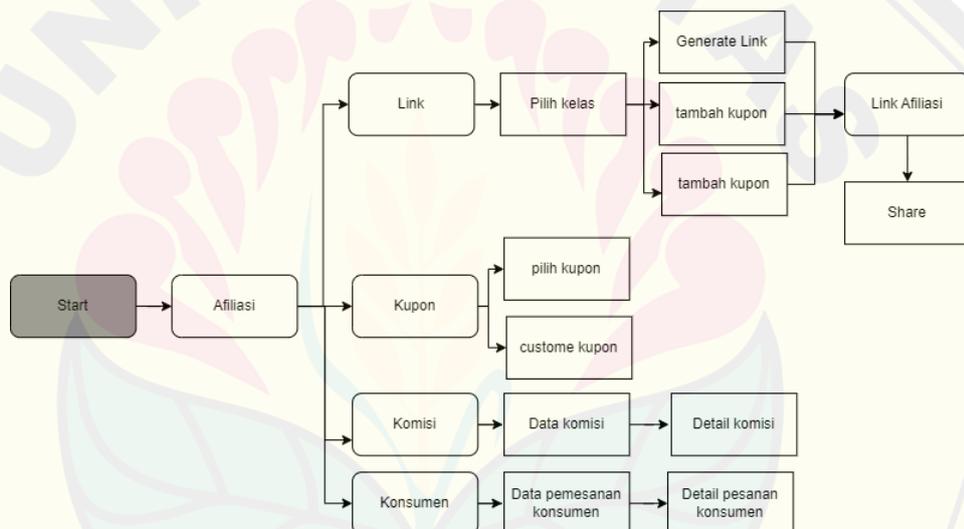
*User flow* pada riwayat pembelian dibangun guna mempermudah pengguna untuk mengetahui pembelian kelas yang pernah dipesan sebelumnya. Rancangan ini dibangun guna memperbaiki tampilan riwayat pembelian yang lebih jelas dan efisien.



Gambar 4. 16 User Flow Riwayat Pembelian

### User Flow Afiliasi

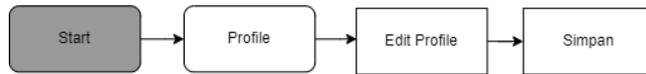
*User flow* pada afiliasi dibangun guna membuat UX afiliasi lebih efisien dan mudah dipahami. Hal ini dilakukan dengan merubah beberapa nama fitur yang lebih sederhana dan juga alur UX yang lebih mudah.



Gambar 4. 17 User Flow Afiliasi

### User Flow Profil

*User profil* digunakan sebagai pengatur identitas pengguna jika pengguna ingin mengganti identitasnya. Hal ini dibangun dengan UI/UX yang menarik dan interaktif.



Gambar 4. 18 User Flow Profil

## b. Wireframe

Pada tahap ini, *wireframe* yang dirancang adalah *mid-fidelity design*. *Mid-fidelity design* memiliki keunggulan yakni detail yang lebih tervisualisasikan dibandingkan dengan *low-fidelity design*. Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan *tools* figma. Berikut adalah hasil perancangan yang telah dibuat.

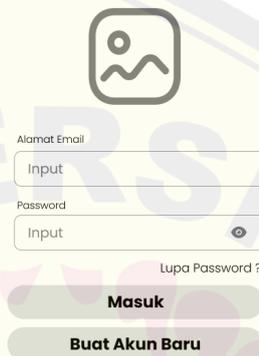
### 1. Landingpage



Gambar 4. 19 Wireframe Landingpage

Pada *wireframe 4.18*, dirancang berdasarkan pada *scenario mapping 1* pada *table 4.10*. Pembaharuan yang dilakukan dengan memberikan fitur *search* guna mencari kelas dengan cepat, adanya profil dari tasqif, alur belajar, penataan kelas yang lebih tersistemasi dan FAQ untuk memudahkan pengguna.

## 2. Login



A wireframe for a login form. At the top center is a square icon containing a stylized person silhouette. Below the icon are two input fields: the first is labeled 'Alamat Email' and the second is labeled 'Password'. To the right of the password field is a small eye icon for toggling visibility. Below the password field is a link labeled 'Lupa Password?'. At the bottom are two buttons: 'Masuk' (Login) and 'Buat Akun Baru' (Create New Account).

Gambar 4. 20 Wireframe Login

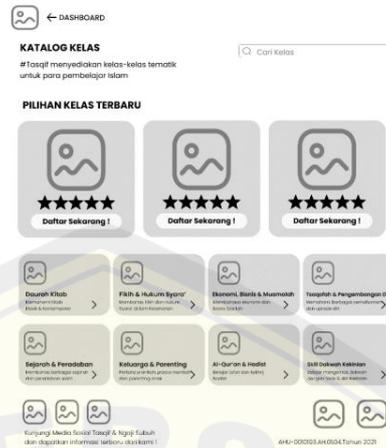


A wireframe for a registration form. At the top center is a square icon containing a stylized person silhouette. Below the icon are five input fields: 'Nama Lengkap', 'Nomor WhatsApp', 'Alamat Email', 'Password', and 'Konfirmasi Password'. Each field has a corresponding label to its left. The password and confirmation password fields have eye icons for visibility toggling. At the bottom is a button labeled 'Daftar' (Register).

Gambar 4. 21 Wireframe Daftar

Pada fitur login dan daftar tidak mengalami banyak perubahan hanya melakukan perbaikan penataan.

### 3. Penawaran Kelas



Gambar 4. 22 Wireframe Penawaran Kelas

Pada fitur penawaran kelas ini berdasarkan pada *scenario mapping* 1 pada *table 4.10*. Hal ini didasarkan pada permasalahan pengguna yang melihat penawaran kelas yang kurang tertata dan tidak adanya pencarian cepat sehingga membuat pengguna mencari secara manual dan tidak efisien.

### 4. Alur Belajar



Gambar 4. 23 Wireframe Alur Belajar

Pada *wireframe* alur belajar dirancang berdasarkan pada *scenario mapping 1* pada *table 4.10*. Hal ini didasarkan pada kesulitan pengguna mencari kelas yang dibutuhkan dalam mempelajari Islam bagi pemula. Sehingga peneliti merancang pembagian kelas untuk level pemula dan menengah keatas sesuai dengan penawaran kelas tematik yang disediakan.

5. Pembelian Kelas



Gambar 4. 24 Wireframe Detail Kelas



Gambar 4. 25 Wireframe Beli Kelas

Pada wireframe pembelian kelas ini dirancang berdasarkan pada scenario mapping 2 table 4.10. Hal ini didasarkan pada tidak efisien dalam alur pembelian kelas dan dan tidak adanya biodata pementor, tidak adanya testimoni dari pembeli sebelumnya.

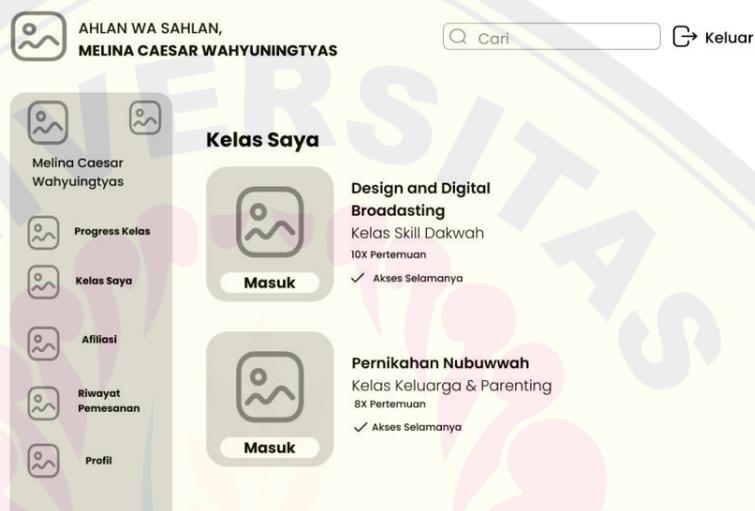
6. Dashboard



Gambar 4. 26 Wireframe Dashboard

Pada *wireframe dashboard*, dirancang didasarkan pada *scenario mapping 3* pada *table 4.10*. Perancangan ini didasarkan pada kesulitan yang dialami pengguna bahwa pada desain sebelumnya hanya terdapat sebuah gambar dan pada masalah lain pengguna kesulitan melihat capaian progress kelas dan kelas mana yang akan berlangsung. Sehingga peneliti merancang desain guna menyelesaikan permasalahan tersebut.

## 7. Kelas Saya

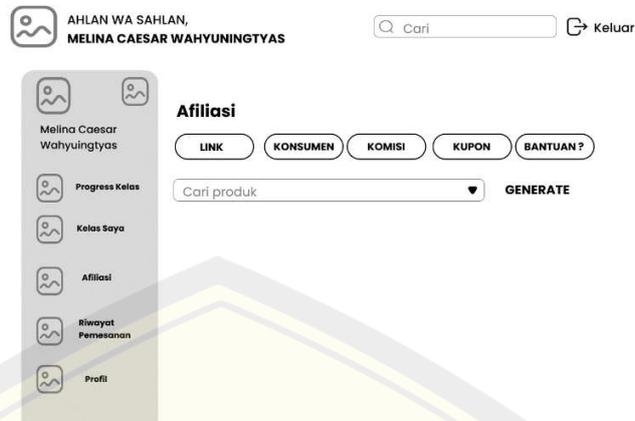


Gambar 4. 27 Wireframe Kelas Saya

Pada kelas saya dirancang sesuai dengan *scenario mapping 3* pada *table 4.10*. Hal ini didasarkan pada masalah pengguna terkait tidak efisiennya alur akses kelas serta tidak adanya tempat untuk memberikan saran masukan serta pencarian kelas-kelas yang sudah dibeli masih dilakukan secara manual.

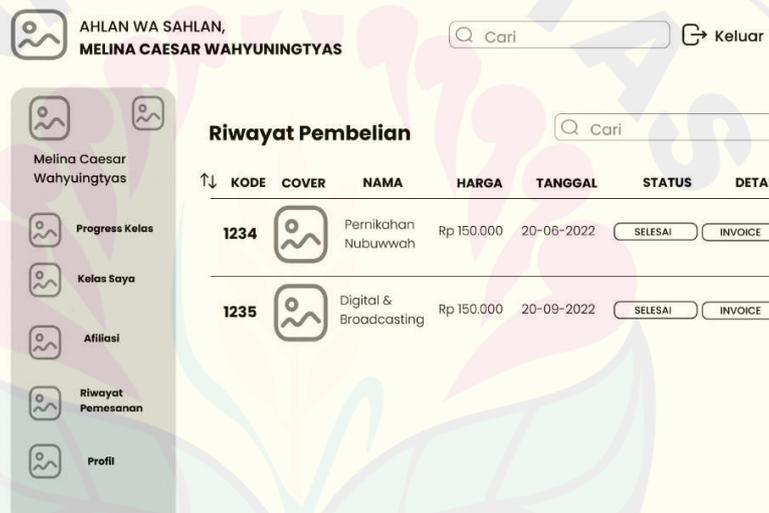
## 8. Afiliasi

Pada fitur afiliasi, peneliti merancang berdasarkan *scenario mapping 4* *table 4.10*. Kesulitan yang dirasakan pengguna antara lain UX yang tidak familiar bagi pengguna serta penataan desain yang kurang nyaman.



Gambar 4. 28 Wireframe Afiliasi

9. Riwayat pembelian



Gambar 4. 29 Wireframe Riwayat Pembelian

Pada *wireframe riwayat pembelian* didasarkan pada *scenario mapping 5 table 4.10*. Hal ini didasarkan pada desain yang tidak nyaman, pencarian riwayat pembelian secara manual, dan informasi lengkap terkait detail pembelian kurang lengkap sehingga peneliti menambahkan fitur *invoice* yang dapat di unduh pengguna.

## 10. Profil

AHLAN WA SAHLAN,  
MELINA CAESAR WAHYUNINGTYAS

Cari Keluar

**Profil**

Melina Caesar Wahyuningtyas

Progress Kelas

Kelas Saya

Afiliasi

Riwayat Pemesanan

Profil

**NAMA**  
Melina Caesar W.

**JENIS REKENING**  
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) ▼

**ALAMAT EMAIL**  
melinacaesarw2000@gmail.co

**REKENING**  
76545456

**NO. HANDPHONE**  
0891234567890

**PASSWORD BARU**  
\*\*\*\*\*

**KECAMATAN**  
Patrang

**KONFIRMASI PASWORD**  
\*\*\*\*\*

**SIMPAN**

Gambar 4. 30 Wireframe Profil

Pada proses perancangan *wireframe profil* tidak banyak perubahan hanya dari segi penataan UI.

## c. UI Guidelines

Membuat UI *guidelines* diperuntukkan sebagai dokumentasi pedoman pembuatan desain perancangan. Sehingga diharapkan dapat menghasilkan berbagai elemen desain yang konsisten yang dapat mengoptimalkan kinerja sistem terhadap pengguna. Pembuatan UI *guidelines* juga berguna bagi developer yang akan mengimplementasikan desain ke sistem yang akan dibangun. Adapun UI *guidelines* yang telah dibuat antara lain sebagai berikut :

## 1. Tools

*Tools* yang digunakan untuk membuat *wireframe* hingga *prototype* pada penelitian ini yakni menggunakan Figma. Pada Figma dapat melakukan manajemen *guideline*, dan menyediakan berbagai plugin *open source* yang dapat membantu dalam proses pembuatan rancangan desain pada penelitian ini. Plugin-plugin yang digunakan pada penelitian ini antara lain adalah *Typesales*, *Iconly2*, *Flaticon*.

## 2. Colors

Pemilihan warna pada penelitian ini disesuaikan dengan warna sebelumnya sesuai dengan warna identitas tasqif.com. Dan ada beberapa warna tambahan untuk mendukung perbaikan suatu tampilan untuk mencapai hasil UI yang dibutuhkan pengguna, mendukung aspek pewarnaan pada suatu tampilan. Berikut adalah warna-warna yang digunakan dalam perancangan ulang *website* tasqif.com.



Gambar 4. 31 Guideline Colors

Tabel 4. 11 Guideline Colors

Warna	Kode	Keterangan
	#01ADFC	Warna ini sebagai entitas logo tasqif dan digunakan pada pewarnaan <i>button</i> dan <i>text information</i> .
	#005C86	Warna ini digunakan sebagai aksan pendukung tampilan UI.
	#F6F8FD	Warna ini merupakan warna background.
	#DDE0E0	Warna untuk <i>aksan shape</i>

	#FFFFFF	Warna ini digunakan untuk pewarnaan <i>form</i> , <i>aksen shape</i> .
	#FCAF01	Warna ini digunakan sebagai peringatan pada <i>icon</i> maupun informasi peringatan.
	#E82D30	Warna ini digunakan pada <i>button</i> , <i>icon</i> , <i>form</i> , <i>bedge</i> untuk menginformasikan aksi yang gagal atau peringatan atas aksi yang dilakukan.
	#11D516	Warna ini terdapat pada <i>icon</i> , <i>badge</i> yang memberikan aksi atau informasi sukses.
	#000000	Warna ini digunakan pada <i>text</i> dan beberapa <i>icon</i> pada objek/latar yang terang.

### 3. *Typography Text*

*Typography text* adalah kumpulan koleksi huruf yang memiliki struktur dan *style* yang digunakan sebagai visualisasi informasi yang disajikan sistem kepada pengguna. Struktur yang berada pada *typography* ini memberikan runtutan alur informasi dan juga memberikan nyawa emosi pada setiap *text*/informasi yang disajikan baik dari segi jenis font, ukuran, *line hight*, *style*, dll. Dalam penelitian ini, perancangan *typography* yang digunakan

yakni font Poppins. Penggunaan font ini yang memiliki ciri khas simple, minimalis dan modern yang mudah dan nyaman saat dibaca. Penyusunan *typography* yang digunakan antara lain *heading 1*, *heading 2*, *heading 3*, *heading 4*, dan *heading 5*.

### Typography (Poppins)

<b>Heading 1 Bold</b>	<b>Heading 2 Bold</b>	<b>Heading 3 Bold</b>	<b>Heading 4 Bold</b>	<b>Heading 5 Bold</b>
<b>Heading 1 SemiBold</b>	<b>Heading 2 SemiBold</b>	<b>Heading 3 SemiBold</b>	<b>Heading 4 SemiBold</b>	<b>Heading 5 SemiBold</b>
<b>Heading 1 Medium</b>	<b>Heading 2 Medium</b>	<b>Heading 3 Medium</b>	<b>Heading 4 Medium</b>	<b>Heading 5 Medium</b>
<b>Heading 1 Regular</b>	<b>Heading 2 Regular</b>	<b>Heading 3 Regular</b>	<b>Heading 4 Regular</b>	<b>Heading 5 Regular</b>
<b>Heading 1 Light</b>	<b>Heading 2 Light</b>	<b>Heading 3 Light</b>	<b>Heading 4 Light</b>	<b>Heading 5 Light</b>

Gambar 4. 32 Guideline Typography

Heading 1 dipergunakan pada judul page dan judul konten-konten.

Tabel 4. 12 Typography Heading 1

Heading 1		
Text Style	Font Size	Outline
Bold	32	Auto
SemiBold	32	Auto
Medium	32	Auto
Regular	32	Auto
Light	32	Auto

Heading 2 dipergunakan pada sub judul, dan judul sub konten yang disajikan.

Tabel 4. 13 Typography Heading 2

Heading 2		
Text Style	Font Size	Outline

Bold	24	Auto
SemiBold	24	Auto
Medium	24	Auto
Regular	24	Auto
Light	24	Auto

Heading 3 dipergunakan pada penjelasan isi sub konten dan judul dari konten yang berada di dalam page.

*Tabel 4. 14 Typography Heading 3*

<b>Heading 3</b>		
Text Style	Font Size	Outline
Bold	20	Auto
SemiBold	20	Auto
Medium	20	Auto
Regular	20	Auto
Light	20	Auto

Heading 4 dipergunakan pada penjelasan isi sub sub konten dan judul dari sub sub konten yang berada di dalam page.

*Tabel 4. 15 Typography Heading 4*

<b>Heading 4</b>		
Text Style	Font Size	Outline
Bold	16	Auto
SemiBold	16	Auto
Medium	16	Auto
Regular	16	Auto
Light	16	Auto

Heading 5 dipergunakan pada penjelasan isi sub sub konten yang disajikan.

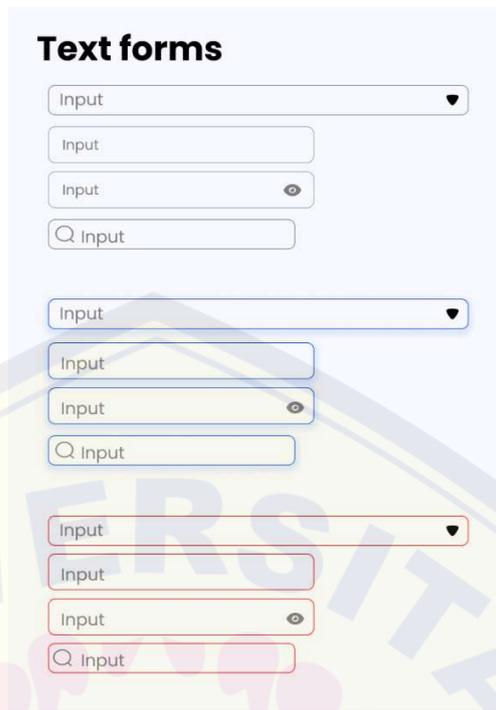
Tabel 4. 16 *Typography Heading 5*

Heading 5		
Text Style	Font Size	Outline
Bold	14	Auto
SemiBold	14	Auto
Medium	14	Auto
Regular	14	Auto
Light	14	Auto

#### 4. *Icons*

*Icons* yang digunakan pada penelitian ini yakni pada *Iconly 2 –Essential icons* yang didapatkan pada *figma community* dan dapat digunakan secara gratis. Selain itu juga terdapat *icons* lainnya yang digunakan sebagai pendukung visualisasi suatu objek yakni menggunakan *flaticon.com* yang dapat digunakan secara gratis. Berbagai ketersediaan *icons* pada plugin yang ada tidak digunakan secara keseluruhan, hanya mengambil beberapa *icons* yang dibutuhkan. Ukuran penggunaan *icons* disesuaikan dengan kebutuhan desain yang dibuat. Berikut adalah *icons* yang digunakan dalam perancangan desain pada penelitian ini.





Gambar 4. 34 Guideline Text Forms

Gambar 4. 35 Guideline Text Forms

Text Forms		
Large	Medium	Small
- Corner radius = 10px - Font style = Regular - Width = 592px - Height = 43px - Padding top, bottom = 11px - Padding left, right = 20px	- Corner radius = 10px - Font style = Regular - Width = 374px - Height = 52px - Padding top, bottom = 11px - Padding left, right = 20px	- Corner radius = 10px - Font style = Regular - Width = 345px - Height = 43px - Padding top, bottom = 11px - Padding left, right = 20px - Outline Size = 1px - Dropshadow blur = 4px

- Outline Size = 1px - Dropshadow blur = 4px - Dropshadow opacity = 25px	- Outline Size = 1px - Dropshadow blur = 4px - Dropshadow opacity = 25px	- Dropshadow opacity = 25px
--	--	-----------------------------

6. *Bedges*

*Bedge* digunakan sebagai pemberi informasi atau peringatan pada suatu tampilan. *Bedges* dapat memberikan informasi tambahan singkat untuk memberikan pengetahuan kepada pengguna. Berikut adalah *bedges* yang digunakan pada penelitian ini.



Gambar 4. 36 Guideline bedges

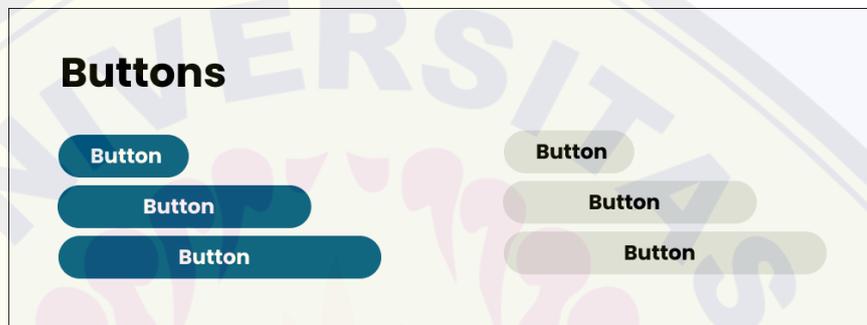
Tabel 4. 17 Guideline Bedges

<b>Bedges Guide</b>
- Corner radius = 10px - Font style = Medium - Width = 131px - Height = 28px - Padding top, bottom = 3px - Padding left, right = 24px

- Outline Size = 1,5px
- Color = Secondary, Info, Success

7. *Buttons*

*Buttons* merupakan tombol aksi yang digunakan untuk melakukan suatu tindakan. Jenis *buttons* yang digunakan pada penelitian ini terdapat 2 macam, yakni *default* dan *outline*. Penggunaan *buttons* juga dilengkapi dengan *typography text* yang telah disesuaikan. Berikut adalah *buttons* yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 4. 37 Guideline Buttons

Tabel 4. 18 Guideline Buttons

Buttons Guide		
Large Buttons	MediumButtons	Small Buttons
- Corner radius = 25px	- Corner radius = 25px	- Corner radius = 25px
- Font style = Bold	- Font style = Bold	- Font style = Bold
- Width = 374px	- Width = 294px	- Width = 151px
- Height = 50px	- Height = 50px	- Height = 50px
- Padding top, bottom = 16px	- Padding top, bottom = 7px	- Padding top, bottom = 7px
		- Padding left, right = 32px

- Padding left, right = 104px	- Padding left, right = 32px	- Outline Size = 1,5px
- Outline Size = 1,5px	- Outline Size = 1,5px	- Color = Secondary, light,line
- Color = Secondary, light,line	- Color = Secondary, light,line	

8. *Navbar* dan *sidebar*

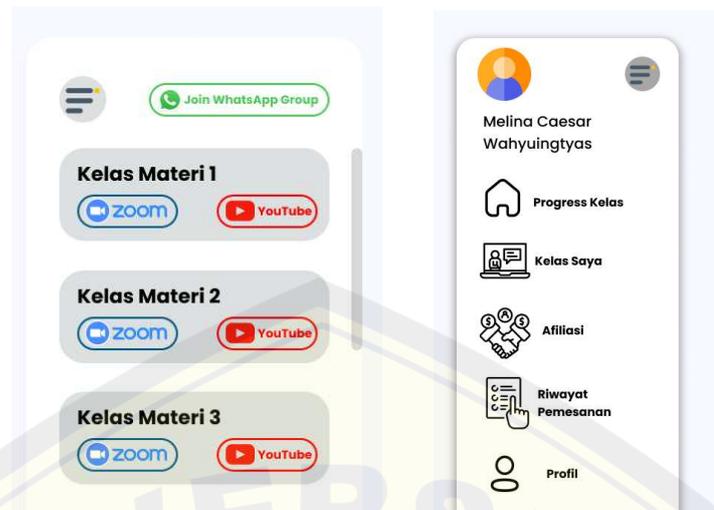
*Navbar* adalah suatu tampilan yang berisikan kumpulan fitur-fitur navigasi untuk mengakses suatu informasi. Pada desain ini *navbar* digunakan pada *landingpage* utama pengguna. Sedangkan *sidebar* digunakan sebagai elemen control menu pada sisi kanan jendela suatu aplikasi. Desain *sidebar* pada penelitian ini digunakan pada *dashboard* dan juga pada akses kelas.



Gambar 4. 38 Guideline Navbar

Tabel 4. 19 Guideline Navbar

Navbar guide
-Padding top,bottom = 5px
-padding left,right = 10px
- Width = 1135px
- Height = 98px
-font style = Medium
- Button = Small
- Color butons = light, secondary



Gambar 4. 39 Guideline Sidebar

Tabel 4. 20 Guideline Sidebar

Sidebar guide	
Dashboard	Kelas
-Padding top,bottom = 43px -padding left,right = 33px - Width = 337px - Height = 745px -font style = Bold - Scroll width = 11px - Color = White - Dropshadow blur = 50	- Padding top,bottom = 17px -padding left,right = 9px - Width = 298px - Height = 704px -font style = Bold - Icon Size = 45px - Color = White - Dropshadow blur = 50

d. *High Fidelity User Interface*

Pada tahap ini, membua rancangan desain melanjutkan fase penyempurnaan *wireframe*. Memberikan visualisasi lebih nyata dan dapat mudah dipahami oleh pengguna. Berikut adalah hasil Hi-Fi yang telah dirancang.

## 1. Landingpage



Gambar 4. 40 HiFi Landingpage

Rancangan *landingpage* didasarkan pada gambar *wireframe* 4.18 yang mengacu untuk mensolusi masalah pengguna terkait tata letak kelas yang tidak rapi, tidak adanya fitur pencarian untuk mencari kelas secara cepat dan tidak adanya profil dari tasqif. Sehingga peneliti merancang solusi dari permasalahan tersebut yang kemudian ditambahkan fitur alur belajar guna memudahkan pengguna mengawali pembelajaran dari ilmu yang dibutuhkan terlebih dahulu, terdapat pertanyaan yang sering ditanyakan

pengguna untuk memudahkan mendapat informasi dan terdapat rating kelas untuk menarik pengguna membeli dan mengikutinya.

## 2. Login



Gambar 4. 41 HiFi Login



Gambar 4. 42 HiFi Daftar

Pada fitur login dan daftar di susun berdasarkan gambar *wirerframe 4.19* dan *4.20*. Tampilan ini menyajikan desain yang sederhana dan mudah dipahami.

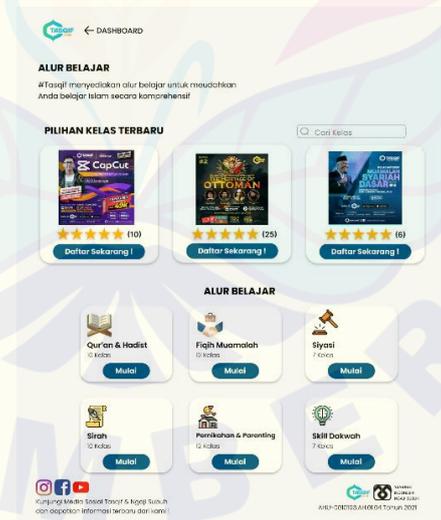
3. Penawaran kelas



Gambar 4. 43 HiFi Penawaran Kelas

Pada penawaran kelas dirancang sesuai dengan gambar *wireframe 4.21*, peneliti merancang berdasarkan solusi permasalahan terkait penataan yang tidak rapih dan juga tidak adanya fitur pencarian cepat. Sehingga peneliti merancang desain pengumpulan kelas berdasarkan topik khusus sehingga dapat lebih rapih dan spesifikasi yang jelas.

4. Alur Belajar



Gambar 4. 44 HiFi Alur Kelas

Pada alur belajar dirancang berdasarkan *wireframe 4.22*, guna membantu dan menyolusi permasalahan pengguna terkait pencarian topik atau proses pembelajaran yang memudahkan bagi pemula. Peneliti membangun dengan mempertimbangkan kelas yang cocok untuk pemula dan tingkat lanjutan berdasarkan kelas arahan dari owner tasqif.

5. Pembelian Kelas



Gambar 4. 45 Detail Kelas

**PEMESANAN KELAS**

DETAIL PESANAN ANDA

PRODUK	SUB TOTAL
DESIGN AND DIGITAL BROADCASTING	Rp 48.000
Biaya Transaksi	-Rp 560
Kode Diskon : -	[Hapus Kupon]
Total	Rp 48.440
✓ 100% Aman	✓ Garansi Uang Kembali

**Kode Diskon**  
Masukkan kode diskon jika anda memilikinya

Input  **Terapkan**

**PEMBAYARAN**  
Sudah punya Akun? [Masuk](#)

Pengisian data ini guna kepentingan mengakses halaman member dan informasi tentang pembelian kelas.

Silahkan isi data dengan benar dan harap untuk diingat untuk memudahkan nartinya.

Nama Lengkap

Nomor Handphone

Alamat Email

Password

**Metode Pembayaran**  
 BSI BANK SYARIAH INDONESIA

**Total Pesanan**  
Rp 48.440

**BUAT PESANAN**

Gambar 4. 46 Pembelian Kelas

Pada pembelian kelas dirancang berdasarkan *wireframe*

## 6. Dashboard

AHLAN WA SAHLAN,  
MELINA CAESAR WAHYUNINGTYAS

Cari  Keluar

**Kelas anda yang akan segera berlangsung**

**CAPCUT PC Untuk Pemula**  
Ahad, 7 Januari 2022  
15.30-17.15 WIB

**Masuk**

**Progres Kelas Anda**

**CAPCUT PC Untuk Pemula** 7/10

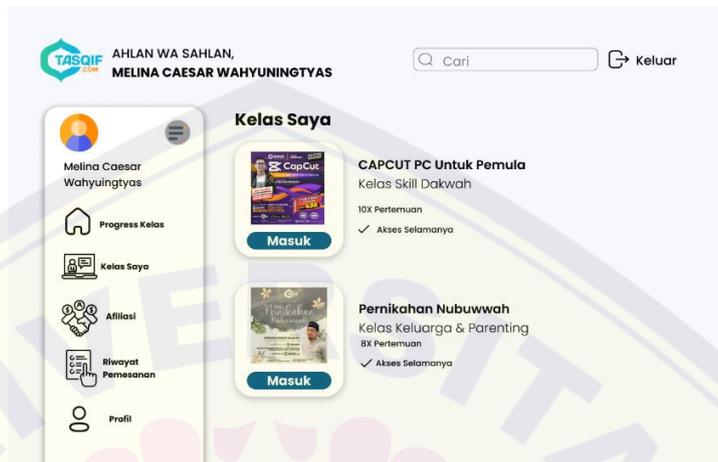
**Pernikahan Nubuwwah** 4/10

Gambar 4. 47 HiFi Dashboard

Perancangan pada *Dashboard* didasarkan pada *wireframe* 4.23, permasalahan pengguna pada desain *dashboard* sebelumnya hanya didapati berupa gambar dan membuat pengguna bingung, dan informasi terkait keberlangsungan dan selesainya kelas yang tidak didapati pengguna.

Sehingga peneliti membuat dashboard awal berisikan tentang kelas yang akan berlangsung dengan *realtime* dan progress kelas-kelas yang masih berlangsung.

#### 7. Kelas saya



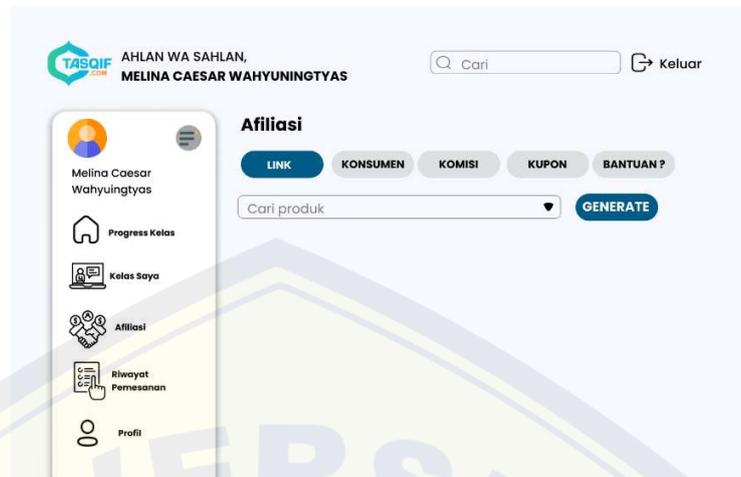
Gambar 4. 48 HiFi Kelas saya



Gambar 4. 49 HiFi Kurikulum Kelas Saya

Pada kelas saya dirancang oleh peneliti sesuai dengan *wireframe 4.24*, dengan memperhatikan permasalahan pengguna terkait ketidakefisienan akses kelas yang memiliki alur panjang. Sehingga peneliti membuat flow akses kelas yang sederhana dan mudah dipahami.

## 8. Afiliasi



Gambar 4. 50 HiFi Afiliasi

Pada afiliasi didasarkan pada *wireframe 4.25*, peneliti merancang desain dengan memperhatikan flow yang mudah dan sederhana.

## 9. Riwayat Pembelian



Gambar 4. 51 HiFi Riwayat pembelian

Pada riwayat pembelian berdasarkan *wireframe 4.26*, peneliti memberikan informasi yang singkat dan jelas disertai dengan tambahan invoice terkait detail pembelian yang dapat diunduh.

## 10. Profil

The image shows a user profile page for Melina Caesar Wahyuningtyas. The page layout includes a sidebar with navigation options and a main profile editing form. The form fields are as follows:

Field	Value
NAMA	Melina Caesar W.
ALAMAT EMAIL	melinacaesarw@gmail.com
NO. HANDPHONE	0891234567890
KECAMATAN	Patrang
JENIS REKENING	BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
REKENING	78545456
PASSWORD BARU	*****
KONFIRMASI PASWORD	*****

Gambar 4. 52 HiFi Profil

Pada HiFi profil didasarkan pada *wirerframe* 4.27, disajikan data informasi sederhana terkait data yang telah diinputkan dapat diubah oleh pengguna dengan mudah.

#### 4.5 Fase *Prototype* (*Prototype Phase*)

Pada fase *prototype* yakni penyusunan *flow* pada *high fidelity user interface* menggunakan *tools* Figma yang dapat melakukan penyusunan *prototype* dengan baik. *Prototype* yang dibangun harus dipastikan dapat berjalan dan digunakan dengan baik agar dapat mudah dipahami oleh pengguna. Dan jika sudah dapat dipastikan *prototype* dapat berjalan dengan baik secara keseluruhan maka dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya yakni pengujian kepada pengguna.



Gambar 4. 53 Prototype

#### 4.6 Fase Pengujian (*Testing*)

Pengujian dilakukan berdasarkan penilaian pengguna terhadap *prototype* yang telah dibuat. Proses pengujian dilakukan dengan memberikan kepada pengguna untuk menggunakan/moncoba tools yang ada pada *prototype*. Penilaian dari pengujian, responden disajikan kusioner yang berisikan metode *usability testing* yakni *user experience questionnaire* (UEQ). Penggunaan UEQ ditinjau dari enam skala penilaian yaitu *attractive*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*<sup>42</sup>. Pada UEQ terdapat 26 pertanyaan mencakup 6 skala penilaian tersebut. Adapun detail terkait skala UEQ sebagai berikut :

##### 1. *Attractiveness* (Daya Tarik)

Kesan dan persepsi pengguna pada suatu produk seperti menyukai atau tidak menyukai produk tersebut.

##### 2. *Perspicuity* (Kejelasan)

<sup>42</sup> Schrepp at al, 2019.

Seberapa mudah saat pengguna menggunakan fitur-fitur yang ada dalam produk tersebut.

3. *Efficiency* (Efisiensi)

Kecepatan, ketepatan dan kemudahan produk saat di gunakan oleh pengguna.

4. *Dependability* (Ketepatan)

Interaksi pengendalian produk oleh pengguna dapat di lakukan dengan mudah atau sulit.

5. *Stimulation* (Stimulasi)

Apakah produk yang ditawarkan itu menarik dan memotivasi pengguna untuk menggunakan produk tersebut.

6. *Novelty* (Kebaruan)

Kreatifitas dan inovasi pada produk dan penggunaan produk ini apakah dapat menarik minat pengguna ?

Dan berikut ini adalah tabel kusioner *User Experience Questionnaire* (UEQ) :

*Tabel 4. 21 User Experience Questionnaire (UEQ)*

No	Atribut	1	2	3	4	5	6	7	Atribut
1	Menyusahkan	<input type="radio"/>	Menyenangkan						
2	Tak dapat	<input type="radio"/>	Dapat dipahami						
3	Kreatif	<input type="radio"/>	Monoton						
4	Mudah	<input type="radio"/>	Sulit dipelajari						
5	Bermanfaat	<input type="radio"/>	Kurang						
6	Membosankan	<input type="radio"/>	Mengasyikan						

7	Tidak menarik	<input type="radio"/>	Menarik						
8	Tidak dapat	<input type="radio"/>	Dapat diprediksi						
9	Cepat	<input type="radio"/>	Lambat						
10	Berdaya cipta	<input type="radio"/>	Konvensional						
11	Menghalangi	<input type="radio"/>	Mendukung						
12	Baik	<input type="radio"/>	Buruk						
13	Rumit	<input type="radio"/>	Sederhana						
14	Tidak disukai	<input type="radio"/>	Menggembirakan						
15	Lazim	<input type="radio"/>	Terdepan						
16	Tidak nyaman	<input type="radio"/>	Nyaman						
17	Aman	<input type="radio"/>	Tidak aman						
18	Memotivasi	<input type="radio"/>	Tidak						
19	Memenuhi ekspetasi	<input type="radio"/>	Tidak memenuhi ekspetasi						
20	Tidak fesien	<input type="radio"/>	Efesien						
21	Jelas	<input type="radio"/>	Membingungkan						
22	Tidak praktis	<input type="radio"/>	Praktis						
23	Terorganisasi	<input type="radio"/>	Berantakan						
24	Atraktif	<input type="radio"/>	Tidak atraktif						

25	Ramah	<input type="radio"/>	Tidak ramah						
26	Konservatif	<input type="radio"/>	Inovatif						

Setelah melakukan pengujian prototype kepada 15 responden pengguna website tasqif dan mengisi penilaian kusioner, dilanjutkan dengan pengujian hasil terhadap penilaian dan kepuasan pengguna menggunakan *data analysis tools* menggunakan *excel* yang didapatkan dari *website ueq-online.org*. Berikut hasil penjabaran perhitungan pengujian.



Tabel 4. 22 Data set kusioner

<i>Items</i>																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
5	6	2	2	3	5	7	7	3	2	7	1	5	4	5	5	3	3	3	7	3	7	3	3	3	7
6	7	2	1	2	6	6	6	2	4	6	2	6	6	5	6	1	3	2	6	1	7	2	2	1	4
6	6	2	1	1	6	6	6	2	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	6
7	7	1	1	1	7	7	7	1	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7
7	6	6	1	1	6	6	6	6	2	6	2	3	6	6	6	2	2	2	5	2	6	2	2	1	6
7	6	1	2	1	7	6	7	2	2	7	1	7	6	7	6	1	1	2	6	1	7	2	1	2	7
6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	6	2	6	6	5	6	4	3	3	6	2	6	2	2	2	6
7	7	1	1	1	7	7	7	2	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7
6	6	2	3	3	6	6	6	4	3	6	2	6	6	6	7	2	2	2	6	2	6	2	2	2	6
6	7	2	1	2	6	6	7	1	3	6	2	7	6	2	7	2	3	1	7	1	7	1	3	2	6
7	7	2	2	2	6	6	5	1	3	7	1	7	7	5	6	2	2	2	6	1	7	1	2	2	6
6	6	5	6	2	5	6	6	2	3	6	2	6	6	5	6	1	3	2	6	2	6	3	2	1	6
7	6	2	1	1	6	6	7	2	2	7	2	7	7	7	6	2	2	1	7	1	7	2	2	1	7
6	7	1	2	1	6	6	7	2	3	7	2	7	6	6	6	3	2	2	7	2	7	2	2	1	7
6	6	2	1	1	6	7	6	2	1	6	2	6	6	5	6	2	1	1	7	1	7	2	2	2	7

Tabel 4. 23 Data transformed

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	2	2	2	1	1	3	3	1	2	3	3	1	0	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	3
2	3	2	3	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3	3	2	2	3	0
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	-2	3	3	2	2	2	-2	2	2	2	-1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2
3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3
2	2	-2	-2	-2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	1	1	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	1	1	2	2	2	0	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	-2	3	2	1	3	3	3	3	3	1	2	2
3	3	2	2	2	2	2	1	3	1	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
2	2	-1	-2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2
3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3
2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3

Tabel 4. 24 Scale Means Per Person

<i>Scale Means Per Person</i>					
<i>Attractiveness</i>	<i>Perspicuity</i>	<i>Efficiency</i>	<i>Dependability</i>	<i>Stimulation</i>	<i>Novelty</i>
1.17	1.50	2.00	2.00	1.50	2.00
2.17	2.75	2.25	2.25	1.75	0.75
2.00	2.25	2.00	2.00	2.25	2.00
3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
2.33	1.50	0.75	2.00	2.25	1.00
2.50	2.50	2.25	2.75	2.75	2.75
2.00	1.00	2.00	1.25	0.75	0.75
3.00	3.00	2.75	3.00	3.00	3.00
2.17	1.75	1.50	2.00	1.75	1.75
2.00	3.00	3.00	2.50	1.75	0.75
2.50	2.75	2.75	2.00	2.00	1.50
2.17	1.00	1.75	2.25	1.50	0.75
2.50	2.75	2.50	2.75	2.25	2.50
2.17	2.50	2.50	2.25	2.25	2.25
2.00	2.50	2.50	2.25	2.75	2.25

#### A.) *Data Set*

*Data set* merupakan data yang diperoleh dari penilaian murni yang diberikan oleh responden ketika mengisi kusioner. Pada tabel 4.21 dan 4.22 merupakan isi kusioner dengan skala likert 1-7 dengan 26 pertanyaan dengan susunan yang sesuai dengan metode ada UEQ. Jumlah responden yang mengisi kusioner sebanyak 15 persona.

#### B.) *Data Transformed*

Semua item pertanyaan UEQ yang telah diisi oleh responden, selanjutnya akan skala likert 1-7 akan di transformasikan menjadi -3 (setuju sepenuhnya dengan pernyataan negatif) sampai 3 (setuju sepenuhnya dengan pernyataan positif). *Data transformed* merupakan penyeimbang penilaian skala likert dengan mengubah menjadi -3 sampai 3. Setelah didapati hasil transformasi data secara keseluruhan, juga akan didapati hasil lain berupa *scale means per person* (penilaian rata-rata terhadap masing-masing responden dari skala penilaian yang ada). Adapun tabel *data transformed* pada tabel 4.23 dan tabel data *scale means per person* pada tabel 4.24.

#### C.) Skala UEQ (Rata-rata dan Varian)

Skala UEQ merupakan nilai yang didapatkan dari rata-rata keseluruhan masing-masing skala penilaian. Nilai skala UEQ terdiri dari 5 golongan yakni, *excellent, good, above average, bellow average, bad*. Hasil nilai ini dapat dilihat pada tabel klasifikasi *benchmark* yang didapatkan. Adapun nilai skala UEQ dapat dilihat pada tabel 4.26.

#### D.) *Benchmark*

Dari hasil skala UEQ maka pada perhitungan *data analysis* UEQ didapatkan hasil *benchmark* sebagai hasil penilaian akhir dari setiap skala. Hasil *benchmark* didapatkan dari hasil pengklasifikasian kategori yang nanti dapat ditindaklanjuti sesuai dengan hasil klasifikasi yang sudah didapatkan. Hasil klasifikasi *benchmark* dapat dilihat pada tabel 4.25.

Tabel 4. 25 Klasifikasi Benchmark

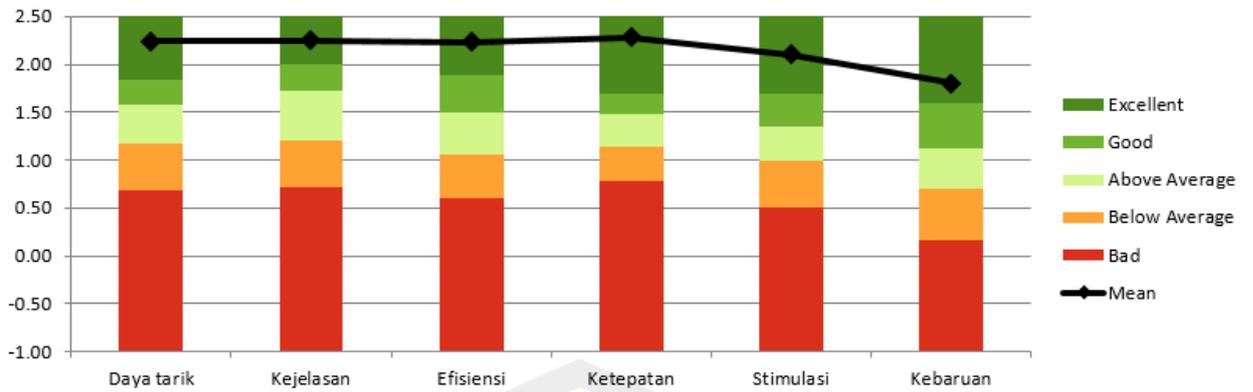
<i>Categor y</i>	<i>Attractivene ss</i>	<i>Efficienc y</i>	<i>Perspiciu ty</i>	<i>Dependabili ty</i>	<i>Stimulatio n</i>	<i>Novelt y</i>
Excellen t	$\geq 1,75$	$\geq 1,78$	$\geq 1,9$	$\geq 1,65$	$\geq 1,55$	$\geq 1,4$
Good	$\geq 1,52 < 1,75$	$\geq 1,47 < 1,78$	$\geq 1,56 < 1,9$	$\geq 1,48 < 1,65$	$\geq 1,31 < 1,55$	$\geq 0,71 < 1,05$
Above Average	$\geq 1,52 < 1,75$	$\geq 1,47 < 1,78$	$\geq 1,08 < 1,56$	$\geq 1,14 < 1,48$	$\geq 0,99 < 1,31$	$\geq 0,71 < 1,05$
Bellow Average	$\geq 0,7 < 1,17$	$\geq 1,47 < 1,78$	$< 0,64 < 1,08$	$\geq 0,78 < 1,14$	$\geq 0,5 < 0,99$	$\geq 0,3 < 0,71$
Bad	$< 0,7$	$< 0,54$	$< 0,64$	$< 0,78$	$< 0,5$	$< 0,3$

Tabel 4. 26 Skala UEQ

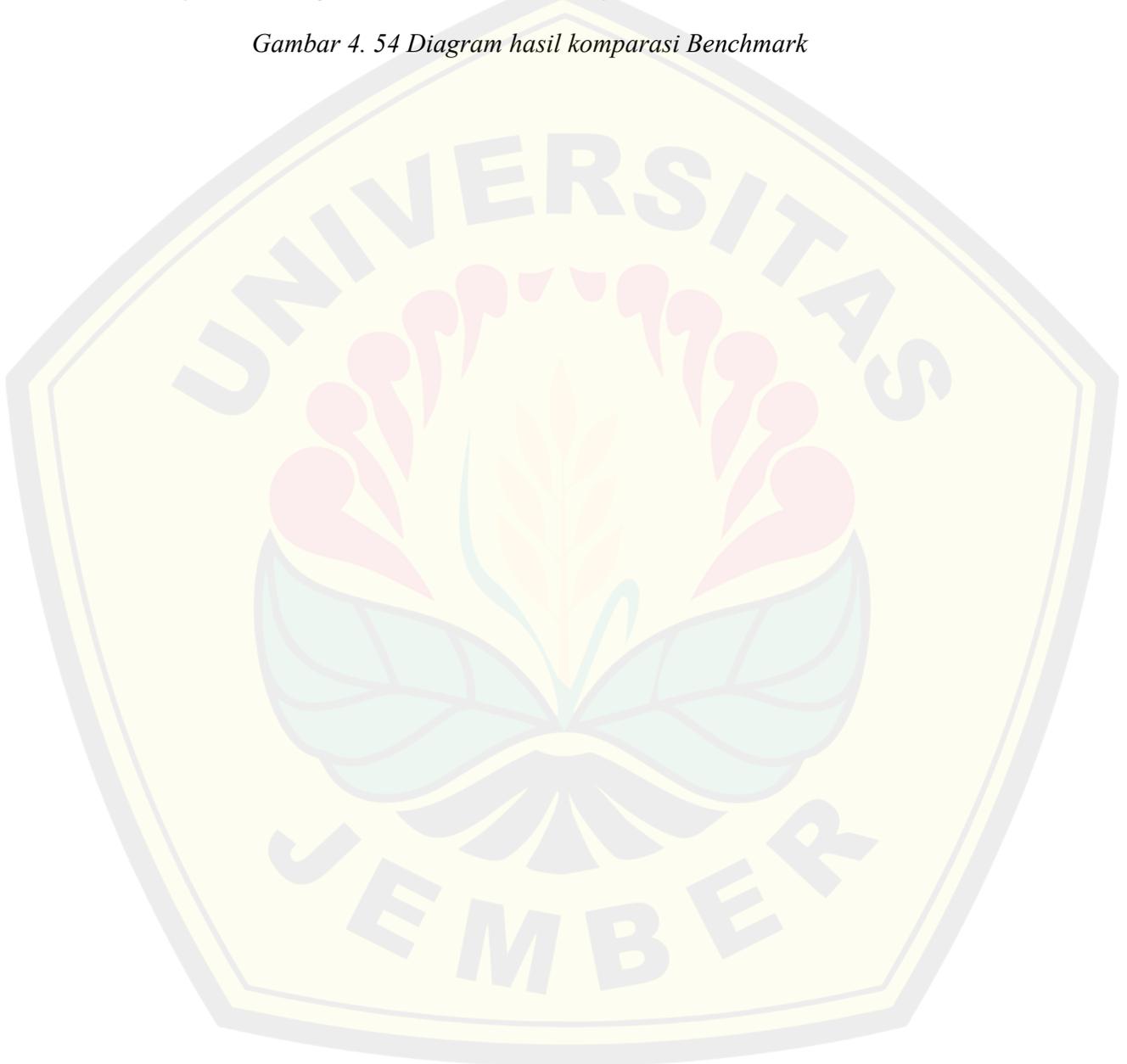
<i>Scales UEQ</i>	
<i>Scales</i>	<i>Mean</i>
<i>Attractiveness</i>	2.244
<i>Perspicuity</i>	2.250
<i>Efficiency</i>	2.233
<i>Dependability</i>	2.283
<i>Stimulation</i>	2.100
<i>Novelty</i>	1.800

Tabel 4. 27 Hasil Komparasi Penilaian Benchmark

<i>Scales</i>	<i>Mean</i>	<i>Comparison to Benchmark</i>
<i>Attractiveness</i>	2.24	<b><i>Excellent</i></b>
<i>Perspicuity</i>	2.25	<b><i>Excellent</i></b>
<i>Efficiency</i>	2.23	<b><i>Excellent</i></b>
<i>Dependability</i>	2.28	<b><i>Excellent</i></b>
<i>Stimulation</i>	2.10	<b><i>Excellent</i></b>
<i>Novelty</i>	1.80	<b><i>Excellent</i></b>



Gambar 4. 54 Diagram hasil komparasi Benchmark



## BAB 5. KESIMPULAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Penjabaran yang dijabarkan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik atau studi kasus yang sama.

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode *design thinking* pada studi kasus *website tasqif* dapat membantu dalam menggali berbagai kebutuhan pengguna dan dapat mensolusi masalah yang ditemukan. Pada fase *empathize* dengan penggalan *in depth interview* kepada 15 responden dari usia GEN-X, GEN-Y dan GEN-Z, didapatkan beberapa permasalahan yakni UX akses kelas yang berbelit, tidak adanya profil tasqif dan pementor yang mengisi kelas, warna dan tata letak yang menyulitkan pengguna. Kemudian dilanjutkan pada pendalaman pencarian masalah pada fase *how might we*, didapati masalah-masalah baru antara lain pengguna masih bingung mencari kelas yang cocok sebagai pemula, tidak ada tempat pemberian saran masukan serta rating kelas, dan UX afiliasi yang lebih sederhana. Sehingga peneliti membangun solusi perancangan ulang *website tasqif* dengan beberapa perubahan seperti tata letak, warna, penambahan fitur tentang profil tasqif, alur belajar, FAQ, profil pementor, saran dan rating, serta dapat mengunduh *invoice* pembelian kelas. Selain itu juga terdapat penambahan solusi desain dari sisi *user experience* dalam penelitian ini antara lain, alur search, alur belajar, alur pencarian kelas, pembelian kelas, akses kelas, afiliasi dan progres kelas.
2. Hasil desain ulang *website tasqif.com* telah dilakukannya pengujian *usability testing* menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode

pengujian dilakukan guna mengukur beberapa aspek yakni, *attractive*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*. Berikut adalah hasil pengujian *prototype website* taqif.com kepada 15 responden dari GEN-X, GEN-Y dan GEN-Z. Berdasarkan hasil pengujian *prototype* metode UEQ didapatkan hasil aspek *attractiveness* dengan nilai rata-rata 2,24 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*, *perspicuity* dengan nilai rata-rata 2,25 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*, *efficiency* dengan nilai rata-rata 2,23 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*, *dependability* dengan nilai rata-rata 2,28 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*, *stimulation* dengan nilai rata-rata 2,10 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*, dan *novelty* dengan nilai rata-rata 1,8 dengan hasil tolak ukur tergolong *excellent*. Hasil tersebut menunjukkan UI/UX yang telah dirancang sudah memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan apa yang diharapkan pengguna.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya yakni, rancangan UI/UX yang telah dibuat masih dapat dikembangkan lagi pada tahap *development* atau membangun rancangan sistem. Saran ini diberikan karena rancangan UI/UX yang dibuat telah memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan apa yang dihrapkan oleh pengguna ditinjau dari hasil skala penilaian yang didapatkan. Dengan adanya penelitian terhadap implementasi rancangan UI/UX diharapkan dapat diperoleh korelasi atau keberlanjutan penelitian yang berkesinambungan sehingga dapat diketahui penilaian kepuasan pengguna secara menyeluruh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alroobaea, R., & Mayhew, P. J. (2014). No Title. *How Many Participants Are Really Enough for Usability Studies?*, 48–56.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1109/SAI.2014.6918171>
- Aprilia, P. (2020). *Mengenal user interface: Pengertian, kegunaan, dan contohnya*.  
<https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/>
- Arief, I., Muluk, A., Indrapriyatna, A. S., & Falevy, M. (2021). Pengembangan Antarmuka Portal Universitas untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 5(6), 1052–1061.  
<https://doi.org/10.29207/resti.v5i6.3532>
- B. Laugwitz, T. Held, and M. S. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire. *HCI and Usability for Education and Work*, 5298.
- Brown, T. (2011). Change By Design. *J. Prod. Innov. Manag.*, 28, 381–383.  
<https://medium.com/agileconnexions/change-by-design-tim-brown-2ed3271f6f19>
- Foundations, I. D. (2018). *Design Thinking*. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>
- Ghina, A., & Afifah, N. (2021). Value Proposition Design for Custom Clothing Startup Using Design Thinking Approach. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(1), 89.  
<https://doi.org/10.25124/jmi.v21i1.3523>
- Globe Newswire. (2017). *Global E-Learning Market to Reach \$325 Billion by 2025 - Rapid Growth in Online Content & Digitization / Innovations in Wearable Technologies Are Flourishing the E-Learning Industry*. Research and Markets.  
<https://www.globenewswire.com/news-release/2017/02/06/914187/0/en/Global->

E-Learning-Market-to-Reach-325-billion-by-2025-Rapid-Growth-in-Online-Content-Digitization-Innovations-in-Wearable-Technologies-are-Flourishing-the-E-learning-Industry.html

Ilham, H., Wijayanto, B., & Rahayu, S. P. (2021). Analysis and Design of User Interface/User Experience With the Design Thinking Method in the Academic Information System of Jenderal Soedirman University. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.20884/1.jutif.2021.2.1.30>

ISO Standard, 2019. (2019). International Standard interactive systems. *Iso 9241-210:2019, 2019*.

Kelley, D., & Brown, T. (2018). An introduction to Design Thinking. *Institute of Design at Stanford*. <https://doi.org/https://doi/10.1027/2151-2604/a000142>

Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. PT. Elex Media Komputido.

Mardita, R. (2020). *The Design Thinker*.

Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

Primasari, A. R., Tolle, H., & Az-zahra, H. M. (2019). Evaluasi Dan Perbaikan User Experience Pada Aplikasi Mobile Muslimnesia Menggunakan Metode Usability Testing Dan User Experience Questionnaire ( UEQ ): Studi Kasus Pada PT . DOT INDONESIA. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(7), 6997–7005.

Research and Markets. (2021). *Web Content Management Software (WCMS) - Global Market Trajectory & Analytics*. Research and Markets. <https://www.researchandmarkets.com/reports/5139921/web-content-management-software-wcms-global#src-pos-1>

Saha, D., & Mandal, A. (2015). User Interface Design Issues for Easy and Efficient Human Computer Interaction: An Explanatory Approach. *International Journal*

*of Computer Sciences and Engineering*, 3(1), 127–135.

Santoso, H. B., Schrepp, M., Yugo Kartono Isal, R., Utomo, A. Y., & Priyogi, B. (2016). Measuring user experience of the student-centered E-learning environment. *Journal of Educators Online*, 13(1), 1–79.

Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2019). Handbook for the modular extension of the User Experience Questionnaire. *Mensch & Computer*, 1–19.

Shan, X., Neo, V. Z. Y., & Yang, E. H. (2021). Mobile app-aided design thinking approach to promote upcycling in Singapore. *Journal of Cleaner Production*, 317(February), 128502. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128502>

*User-Experience-Honeycomb-Morville-2004*. (n.d.).

Wijayanto, E. D., & Setyodewi, H. (2023). Perancangan Front End Pemeriksaan dan Perawatan Wesel dengan Metode User Centered Design. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 10(2), 471. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i2.5596>

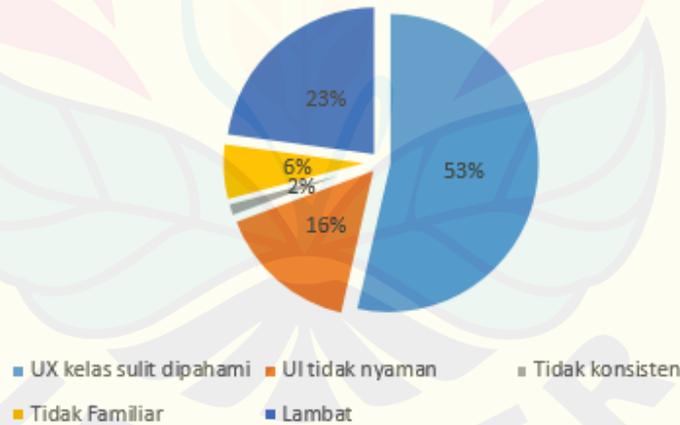
LAMPIRAN-LAMPIRAN

a. Data Penggalian data (sumber : data penelitian pribadi, 12 Maret 2023)

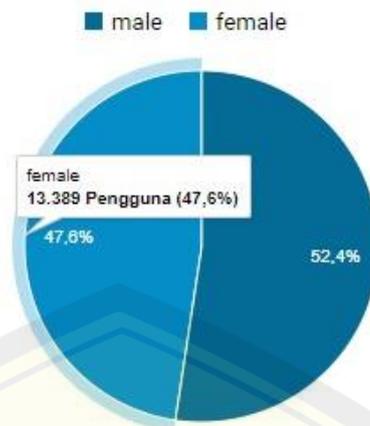
no	Cap waktu	Nama	Usia	No.WhatsApp	Jika Tasqif.com membuat Versi Aplikasi Mobile, Apakah anda bersedia menggunakannya?	Bersedakah dihubungi kembali untuk penelitian lanjutan?
1	20220312 2:07:58 AM GMT +7	Almal Isauddin	10-25 tahun	8777047481	Ya	Ya
2	20220312 2:25:17 AM GMT +7	Almal Isauddin	10-25 tahun	8223948561	Ya	Ya
3	20220312 5:26:26 AM GMT +7	Pani Ramajaya	10-25 tahun	9223572087	Ya	Ya
4	20220312 5:52:28 AM GMT +7	Chelmya Mubawani	10-25 tahun	8963832632	Ya	Ya
5	20220312 6:16:35 AM GMT +7	Diva Rizki Amaliah	10-25 tahun	8623594100	Ya	Ya
6	20220312 6:36:54 AM GMT +7	Hilman Firdaus	10-25 tahun	8195371141	Tidak	Ya
7	20220312 6:57:58 AM GMT +7	Rizka Denny Lendra	10-25 tahun	8192924951	Ya	Ya
8	20220312 8:40:19 AM GMT +7	Andah	10-25 tahun	8963087684	Ya	Ya
9	20220312 9:40:19 AM GMT +7	Nur Adhira	10-25 tahun	8188905090	Ya	Ya
10	20220312 11:10:17 AM GMT +7	Rizka Denny Lendra	10-25 tahun	8192924951	Ya	Ya
11	20220312 11:47:17 AM GMT +7	Alfian	10-25 tahun	8764539738	Tidak	Ya
12	20220312 11:53:13 PM GMT +7	Adhmadrad Taufiq	10-25 tahun	874492958	Ya	Ya
13	20220313 9:39:03 PM GMT +7	Siti Nur Anisah	10-25 tahun	8775902238	Ya	Ya
14	20220312 12:20:34 PM GMT +7	Mawinda	26-41 tahun	8224833779	Ya	Ya
15	20220312 4:04:41 AM GMT +7	Wasti	26-41 tahun	8124083884	Ya	Ya
16	20220312 4:11:50 AM GMT +7	Bunda Sholi Amsa	26-41 tahun	8779468524	Ya	Ya
17	20220312 4:16:08 AM GMT +7	Mega	26-41 tahun	8963862646	Ya	Ya

Lampiran 1 Data penggalian data

Pra penelitian permasalahan website tasqif.com  
 Sejumlah 127 responden yang menyatakan adanya masalah



Lampiran 2 Diagram permasalahan pengguna tasqif.com



Lampiran 3 Diagram Jumlah pengguna tasqif.com

Jumlah pengguna laki-laki = 13.389

Jumlah pengguna perempuan = 14.740

#### b. Hasil Wawancara (*In depth interview*)

Pada tahapan ini dilakukan wawancara secara mendalam kepada sejumlah 15 pengguna *website* tasqif dari Gen-x, Gen-Y, dan Gen-Z. Setiap responden akan diberikan pertanyaan dan dilakukan penggalihan terhadap hipotesis yang didapatkan pada wawancara sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui akar persoalan atau permasalahan sehingga dapat ditindaklanjuti dengan berbagai solusi yang ada untuk melakukan rancangan ulang *user interface* media pembelajaran. Wawancara yang dilakukan ini juga merupakan tahapan pada metode *design thinking* pada *fase empati*.

##### - Latar Belakang Wawancara

Wawancara yang dilakukan pada tahapan ini melibatkan 15 pengguna *website* tasqif dari Gen-x, Gen-Y, dan Gen-Z yang sudah dipilih menjadi user persona pada penelitian. Pada tahapan ini wawancara dilakukan secara mendalam pada masing-masing user persona terhadap hipotesis yang sudah dibuat oleh peneliti.

##### - Tujuan Wawancara

Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam terkait penyebab, alur, serta permasalahan atau keluhan yang dialami pengguna dalam penggunaan *website* tasqif.com.

- **Topik Wawancara**

Topik wawancara membahas tentang kesesuaian hipotesis yang sudah di buat oleh peneliti dan menelaah lebih dalam inti permasalahan yang menyebabkan timbulnya hipotesis

- **Waktu dan Tempat Wawancara**

Wawancara dilakukan di secara offline di Jember dan online. Waktu pelaksanaan wawancara adalah sejak 17 Februari 2023 – 28 Februari.

- **Transkrip Wawancara**

1. Aisyah Q.K. (25 Tahun, Jember), bertempat wawancara di kediaman responden di Jember. Skrip A = Aisyah dan M = Melina.

M : Assalamualaikum mbak, Perkenalkan saya Melina Caesar Wahyuningtyas mahasiswi Teknologi Informasi Universitas Jember. Sebelumnya saya sampaikan terima kasih telah berenan meluangkan waktunya untuk hadir hari ini. Disini saya bermaksud untuk melakukan wawancara skripsi saya seputar *website* tasqif.com. Baik Saya mulai ya mbak.

A : Waalaikumussalam baik mbak silahkan.

M : Apakah mbak Aisyah menggunakan *website* tasqif ?

A : Iya Pernah

M : Tujuan pakai tasqif apa mbak ?

A : Untuk mencari ilmu

M : Pernah pakai fitur apa di tasqif.com ?

A : Yang pertama akses kelas dan affiliate

M : Apa ada kesulitan atau yang membuat tidak nyaman saat mengakses *website* tasqif ?

A : Ada beberapa informasi yang gak lengkap sehingga tidak jelas seperti tentang informasi taqif itu sendiri, kemudian milih kelasnya banyak dan

manual, juga sempat bingung dengan fitur *affiliate* karena tidak ada prosedurnya.

M : Biasanya langkah-langkah mbak Aisyah untuk mengakses *website* tasqif gimana ?

A : Pertama buka website, terus login, terus masuk ke fitur-fitur yang diinginkan seperti ke akses kelas, *affiliate*, dan lain-lain.

M : Apa dorongan internal dan eksternal mbak Aisyah untuk belajar di kelas online ?

A : Kalau secara internal saya merasa butuh ilmu apalagi di usia 20-an, butuh ilmu seperti manajemen keuangan, permasalahan hidup dan juga pernikahan, rumah tangga itu, dan apalagi bagi seorang Muslim menuntut ilmu itu adalah suatu kewajiban karena gak akan mungkin dapat menyelesaikan permasalahan tanpa ilmu itu, sehingga saya sering mencari kajian-kajian ilmu baik offline maupun online, kalau online cari di kelas-kelas online. Kalau secara eksternal lingkungan saya mempengaruhi ketriger untuk mencari ilmu, dan di sosmed banyak iklan-iklan kelas online yang bertebaran di social media sehingga saya ingin mengikutinya.

M : Untuk ikut kelas online, apa yang biasanya mbak Aisyah lakukan ?

A : Biasanya searching di google dulu, cari mana yang pas dan sesuai kebutuhanku terus ikutan.

M : Apa yang mbak Aisyah harapan ketika setelah mengikuti kelas online tersebut ?

A : Pengen dapat ilmu dari kelas online itu yang harapannya bisa jadi bekal untuk menyelesaikan permasalahan hidup dan masyarakat serta dapat disebarluaskan, dan aku juga nyari kelas-kelas online yang sekiranya bisa diputar terus (*lifetime*) sehingga nanti bisa diputar lagi. Dan juga enak nya bisa dapat terkoneksi dengan orang-orang yang banyak dan bertemu dengan mentor-mentor yang dapat insight dari orang-orang keren disana.

M : Apa yang dilakukan mbak Aisyah untuk mendapatkan keinginan itu kembali dikemudian hari ?

A : Yang jelas ada waktu yang dikorbankan, tenaga dan juga dana. Karena memang hari ini untuk dapat ilmu yang detail biasanya berbayar juga.

c. **Hi-Fi**



*Lampiran 4 HIFI Tutorial akses kelas*



**TASQIF** ← DASHBOARD

### Tentang Tasqif

Tasqif.com berdiri dikembangkan oleh Yayasan Indonesia Ngaji Subuh dan rilis pertama kali pada 11 Februari 2021. Website ini digunakan untuk membantu Anda dalam **mempelajari Tsaqofah Islam dan Skill Dakwah kekinian**. Terdapat berbagai penawaran kelas tematik yang dapat Anda ikuti dan sangat mudah dipahami Anda sebagai pemula.

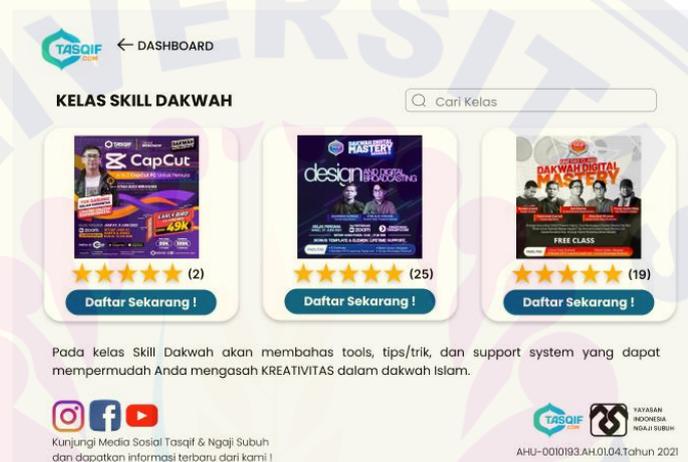
Terdapat pembelajaran **Al-Qur'an, dauroh kitab, fiqh muamalah dan bisnis, fiqh siyasi, fiqh hukum syara', kelas pernikahan dan parenting, sejarah dan peradaban, skill dakwah** serta masih banyak yang lainnya. Hingga tanggal 29 Jumadil Akhir 1443H telah ada **5000+++ pengguna** yang telah mengikuti pembelajaran dalam tasqif.

Tunggu apalagi segera ikuti kelas Tasqif sekarang !!! Platform Pembelajaran Tsaqofah dan Skill Dakwah Kekinian Nomor #1.

 Kunjungi Media Sosial Tasqif & Ngaji Subuh dan dapatkan informasi terbaru dari kami !

 AHU-0010193.AH.01.04.Tahun 2021

*Lampiran 5 HIFI Tentang profil tasqif*



**TASQIF** ← DASHBOARD

### KELAS SKILL DAKWAH

Cari Kelas



★★★★★ (2)  
Daftar Sekarang !



★★★★★ (25)  
Daftar Sekarang !



★★★★★ (19)  
Daftar Sekarang !

Pada kelas Skill Dakwah akan membahas tools, tips/trik, dan support system yang dapat mempermudah Anda mengasah KREATIVITAS dalam dakwah Islam.

 Kunjungi Media Sosial Tasqif & Ngaji Subuh dan dapatkan informasi terbaru dari kami !

 AHU-0010193.AH.01.04.Tahun 2021

*Lampiran 6 HIFI penawaran kelas*

 ← Detail Kelas

**BIODATA PEMENTOR**

 **Follow Disini !**  


**Atma Budi Wirawan**  
Designer Grafis & Digital Broadcaster

Pria kelahiran Pontianak, 18 November 1984. Sejak tahun 2004 berprofesi sebagai desainer grafis di sebuah perusahaan advertising multinasional di Jakarta. Pada awal 2007 kembali ke kota kelahirannya, menjadi **desainer freelancer dan mulai mengajar di Cyberversity**, sebuah lembaga pendidikan dan training center milik Pontianak Post (Jawa Post Group), dan terus **memberikan pelatihan di berbagai instansi dan lembaga baik Pemerintahan maupun NGO, salah satunya FLEGT (Forest Law Enforcement, Governance and Trade) dan Dishubkominfo Provinsi Kalimantan Barat.** Menjadi Associate Trainer di beberapa BUMN seperti IPC Learning & Consulting - PT. PMU (Pendidikan Maritim dan Logistik Indonesia), PELNI dan Angkasa Pura hingga 2020.

Dan sekarang fokus pada divisi kreatif Channel Dakwah Ngaji Shubuh TV & TASQIF Pesantren Digital.

   Kunjungi Media Sosial Tasqif & Ngaji Shubuh dan dapatkan informasi terbaru dari kami !

  YAYASAN INDONESIA NEGERI SEBIJAK  
AHU-0010193.AH.01.04.Tahun 2021

*Lampiran 7 HIFI biodata pementori*

 ← DASHBOARD

**ALUR BELAJAR**

#Tasqif menyediakan alur belajar untuk memudahkan Anda belajar Islam secara komprehensif

Cari kelas

**Skill Dakwah Kekinian**

Level : Pemula

 ★★★★★ (10)	 ★★★★★ (25)	 ★★★★★
<a href="#">Daftar Sekarang !</a>	<a href="#">Daftar Sekarang !</a>	<a href="#">Daftar Sekarang !</a>

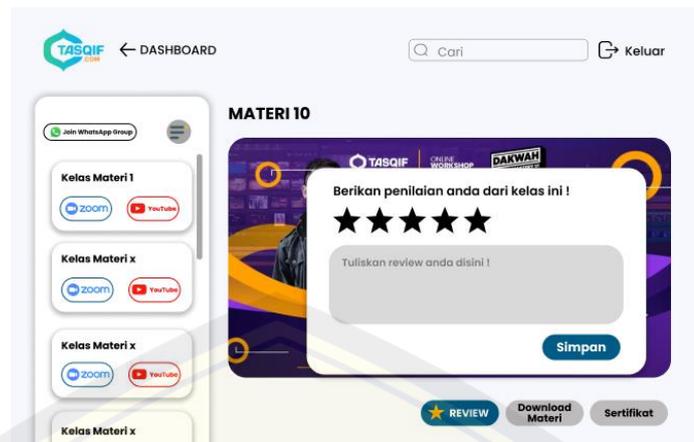
Level : Menengah keatas

 ★★★★★ (10)	 ★★★★★ (25)	 ★★★★★
<a href="#">Daftar Sekarang !</a>	<a href="#">Daftar Sekarang !</a>	<a href="#">Daftar Sekarang !</a>

   Kunjungi Media Sosial Tasqif & Ngaji Shubuh dan dapatkan informasi terbaru dari kami !

  YAYASAN INDONESIA NEGERI SEBIJAK  
AHU-0010193.AH.01.04.Tahun 2021

*Lampiran 8 HIFI alur belajar*



Lampiran 9 HIFI review dan dowload sertifikat



Lampiran 10 HIFI komisi afiliasi



d. *Prototype* ([bit.ly/designtasqif](http://bit.ly/designtasqif))



*Lampiran 13 Barcode prototype*

e. *Kusioner* ([bit.ly/UEQTasqif](http://bit.ly/UEQTasqif))

A screenshot of a survey form titled "Kusioner Penilaian Design Ulang UI/UX Website Tasqif.com". The form includes a header with the title and a brief introduction. Below the introduction, there are several sections for data collection: a "Nama" field with a "Tampilkan angka" option; five "Pertanyaan" sections, each with a 7-point Likert scale and radio button options for "Tidak dapat dipahami" and "Sangat dipahami"; and three "Pertanyaan" sections with 7-point Likert scales and radio button options for "Tidak Baik" and "Sangat Baik". The form is displayed on a mobile device interface.

*Lampiran 14 Kusioner Penelitian*

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Memboankan        Mengapikan

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Tidak menarik        Menarik

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Tidak dapat diprediksi        Dapat diprediksi

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Cepat        Lambat

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Berbeda-citra        Konvensional

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Menghalangi        Mendukung

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Baik        Buruk

Penanyaan\*

1 2 3 4 5 6 7

Rumit        Sederhana

The image shows a digital questionnaire interface with eight questions, each with a 7-point Likert scale. A navigation sidebar is located on the right side of the form.

Question	1	2	3	4	5	6	7
1. Tidak diajak	<input type="radio"/>	Mengembangkan					
2. Lahir	<input type="radio"/>	Teduh					
3. Tidak nyaman	<input type="radio"/>	Nyaman					
4. Aman	<input type="radio"/>	Tidak aman					
5. Memotivasi	<input type="radio"/>	Tidak memotivasi					
6. Memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	Tidak memenuhi ekspektasi					
7. Tidak efektif	<input type="radio"/>	Efektif					
8. Jelas	<input type="radio"/>	Membingungkan					

**Pertanyaan\***

	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak praktis	<input type="radio"/>	Praktis						

**Pertanyaan\***

	1	2	3	4	5	6	7	
Teoritisasi	<input type="radio"/>	Generalisasi						

**Pertanyaan\***

	1	2	3	4	5	6	7	
Asesif	<input type="radio"/>	Tidak asesif						

**Pertanyaan\***

	1	2	3	4	5	6	7	
Ramah pengguna	<input type="radio"/>	Tidak ramah pengguna						

**Pertanyaan\***

	1	2	3	4	5	6	7	
Konvensional	<input type="radio"/>	Inovatif						

**Jika ada saran dan masukan?**

Teks jawaban panjang  
.....