

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Gambaran Umum Yayasan Rumah Impian

Secara resmi LSM Rumah Impian berdiri pada bulan Februari 2009. Akan tetapi, sejarah interaksi dengan komunitas anak jalanan telah dimulai jauh sebelum itu. Interaksi itu dimulai pada tahun 2000 dengan kegiatan yang sederhana, olahraga bersama (kebanyakan sepakbola) di area kampus Universitas Gadjah Mada setiap Sabtu sore. Ketika itu beberapa mahasiswa mengajak anak-anak jalanan yang biasa berkumpul di perempatan Korem atau Gramedia dan perempatan Pingit untuk berolahraga bersama. Kegiatan olahraga bersama ini masih bertahan hingga sekarang, hanya dipindahkan ke hari minggu sore di lapangan depan Graha Sabha Pramana.

Dari interaksi awal ini kemudian sempat didirikan sanggar belajar yang berlokasi di daerah Gondolayu, yaitu pada tahun 2003-2005. Di sanggar ini, relawan-relawan yang memberikan les gratis dan pelajaran membaca, menulis dan berhitung kepada anak-anak jalanan dan masyarakat sekitar.

Sempat vakum selama setahun, pada November 2006, dibukalah rumah singgah di daerah Jetisharjo. Rumah singgah ini diberi nama *Dreamhouse*, dan menjadi awal mula dipakainya nama *Dreamhouse*. Anak-anak jalanan yang dikumpulkan di rumah singgah ini lumayan banyak, dan datang dari perempatan Jetis, Mirota Kampus, Tugu, dan Pingit. Rumah Singgah ini kemudian sempat pindah ke Jetis Pasiraman sebelum akhirnya ditutup pada akhir 2008.

Ditutupnya rumah singgah ini tidak berarti kegiatan *Dreamhouse* berhenti. Justru setelah masa itu, kegiatan *Dreamhouse* menjadi semakin terfokus, yaitu pada kegiatan yang berbasis pendekatan langsung ke jalanan (*street based*). Di tahun 2008 ini juga, *Dreamhouse* membuka asrama bagi anak-anak jalanan yang telah siap untuk kembali ke sekolah dan membutuhkan lingkungan yang baru. Asrama ini disebut Hope Shelter dan berlokasi di Kalasan. Asrama ini dimulai dengan tiga orang anak jalanan yang memulai hidup baru sebagai pelajar di SDKE Mangunan, dan didampingi oleh dua orang pengasuh. Selain itu, sejak 2008 juga pendampingan yang dilakukan *Dreamhouse* terfokus pada dua titik, yaitu di perempatan Jetis dan perempatan Jombor.

Demikian sejarah ringkas LSM Rumah Impian. Satu hal yang menjadi pegangan bagi *Dreamhouse* adalah selalu terbuka untuk belajar dan memperbaiki diri. Koreksi, kritik, saran merupakan kekayaan yang selalu disambut dengan sukacita, karena hanya dengan itu *Dreamhouse* bisa terus berkarya, dan berkarya dengan lebih baik setiap hari.

2.2 *User Experience*

Menurut (Garrett, 2011) *User Experience* adalah pengalaman yang diciptakan berdasarkan produk untuk orang - orang yang telah menggunakan produk tersebut dalam dunia nyata. *User Experience* menilai tingkat kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap produk, sistem, dan jasa. Pengguna memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan tingkat kepuasan merupakan prinsip dalam membangun *User Experience*. Tingkat *User Experience* menjadi rendah ketika pengguna tidak dapat merasakan kepuasan dan kenyamanan berinteraksi, meskipun produk, sistem, dan jasa tersebut bagus.

Seiring berkembangnya dunia digital menjadikan *User Experience* lebih rumit dan multidimensi. Saat ini seseorang dengan mudah dapat mengakses situs *website* tertentu dari berbagai *device*. Hal ini tentu berdampak pada *User Experience*, karena setiap *device* memberikan pengalaman yang berbeda terhadap penggunaannya. Seseorang mengakses *website* melalui *smartphone* dan komputer desktop tentu memberikan pengalaman yang berbeda. Begitu pun dengan hadirnya sosial media yang memberikan tampilan sangat beragam.

Menurut (Garrett, 2011) *User Experience* mempunyai lima elemen antara lain:

1. *Strategy Plane*

Yaitu lapisan dasar berisi strategi bisnis yang berorientasi untuk menentukan tujuan dan kebutuhan penggunaannya.

2. *Scope Plane*

Yaitu hasil penerjemahan dari strategi kemudian dilanjutkan dalam perancangan spesifikasi fungsional.

3. *Structure Plane*

Yaitu wujud dari arsitektur informasi yang dirancang untuk memberikan fasilitas pembahasan kepada pengguna.

4. *Skeleton Plane*

- a. *Information design*

Merupakan penyajian sebuah informasi yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman.

b. Interface design

Merupakan penyesuaian pada elemen antarmuka agar mempermudah pengguna dalam berinteraksi.

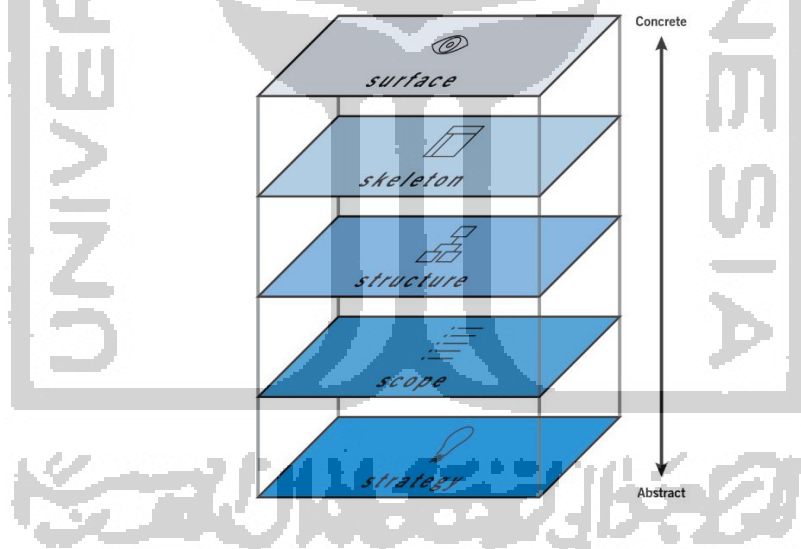
c. Navigation design

Merupakan kumpulan beberapa elemen yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menjelajahi arsitektur navigasi.

5. *Surface Plane*

Yaitu pengalaman yang bersifat sensorik dari pengguna meliputi (warna, ikon, gambar) yang diciptakan untuk menyelesaikan sebuah produk.

Dari lima elemen di atas merupakan urutan dari lapisan yang paling bawah (mendasar dan abstrak) sampai lapisan yang paling atas (visual). Kelima lapisan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.1 elemen dasar *User Experience*.



Gambar 2.1 Lima Elemen Dasar *User Experience*

(Sumber : Medium, 2018)

2.3 *Design Thinking*

Design Thinking adalah metode penyelesaian masalah dengan pengguna sebagai fokus utamanya. Menurut (Brown, 2009) keseluruhan sistem berdasar pada interelasi antara keinginan, kelayakan teknologi dan kelangsungan hidup strategi bisnis. David Kelley dan Tim

Brown pendiri IDEO yang pertama kali mempopulerkan *Design Thinking*. IDEO merupakan perusahaan internasional yang bergerak dibidang desain dan konsultansi inovasi.

Melalui *Design Thinking* penulis harus mampu menempatkan dirinya sebagai pengguna. Hal ini diharapkan agar memiliki perspektif dan pemahaman si pengguna, yang nantinya akan dijadikan sebagai proses perancangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada metode *Design Thinking* memiliki beberapa tahapan diantaranya sebagai berikut:

a. *Empathize*

Tahap pertama adalah tahap empati yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pengguna. Dalam konteks ini penggunanya adalah anak putus sekolah di yayasan Rumah Impian Yogyakarta.

b. *Define*

Pada tahap ini ditawarkan ide atau solusi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Setelah menawarkan ide maka langkah selanjutnya adalah pembentukan persona.

c. *Ideate*

Pada tahap ini dilakukan visualisasi dari ide tersebut ke dalam *wireframe*. *Wireframe* berfungsi untuk memberikan suatu gambaran dari aplikasi beserta konten dan elemen di dalamnya.

d. *Prototype*

Tahap selanjutnya adalah *prototyping* yang nantinya akan dilakukan perbaikan desain melalui beberapa iterasi. Pada setiap iterasi ditetapkan indikator yang berfungsi untuk mengarahkan desain menjadi lebih baik.

e. *Test*

Pada tahap ini dilakukan pengujian *prototype* kepada pengguna. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah aplikasi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan *Usability Testing*.

2.4 Persona

Menurut (Cooper, 2014) Persona adalah proses pengumpulan yang berisi tentang tujuan beserta karakteristik pengguna, ketertarikan dan kebutuhan pengguna. Menurut (Garret, 2010) untuk memfokuskan keputusan dalam pengujian dan memprioritaskan fitur-fitur selama proses pengembangan desain interaksi maka peran dari *user* persona sangat dibutuhkan.

Persona merupakan suatu *tools* yang sangat penting dalam pengerjaan proyek desain interaksi. Persona adalah suatu teknik desain interaksi yang bertujuan membantu dalam beberapa hal: komunikasi, keputusan, membangun kesepakatan, komitmen, penilaian, dan kontribusi untuk menangani masalah dalam pemodelan desain interaksi. Menurut (Bhattari *et al*, 2016) secara umum persona dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

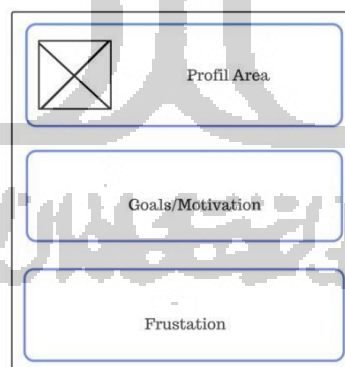
1. *Proto-persona*

Proto-persona merupakan model dari persona yang sebenarnya. Persona ini dibuat oleh tim peneliti dengan memikirkan kebutuhan pengguna, namun hasilnya masih harus divalidasi kembali dengan penelitian yang sudah ada atau yang akan dibuat.

2. Desain persona

Desain persona fokus pada tujuan, perilaku pengguna sekarang, dan kesulitan yang dialami oleh pengguna. Hal ini diperoleh dari *research* langsung ke lapangan dan bertemu langsung dengan target pengguna.

Menurut (Levitt & Shneiderman, 2006) untuk menciptakan sebuah pemahaman kebutuhan pengguna yang optimal, maka dilakukan survei terhadap rata-rata lima orang untuk memperoleh informasi yang potensial. Kemudian hasilnya akan dirumuskan dalam sebuah portofolio persona. Menurut (Sundt & Davis, 2017) dalam proses pengembangan persona dapat dilakukan dengan mengikuti layout yang sudah ada. Seperti pada Gambar 2.2 *layout user persona*:



Gambar 2.2 *Layout User Persona*

Elemen dari user persona dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Profil area*: berisi data pribadi user seperti usia, tempat tanggal lahir, dan pekerjaan.
- b. *Goals/Motivations*: gambaran tentang tujuan yang ingin dicapai dari produk yang nantinya akan digunakan dan dirangkum dalam poin-poin.

- c. *Frustrations*: gambaran tentang bagaimana cara mengetahui apa saja yang dianggap tidak diperlukan dan menyuliskan *user* dari produk yang akan dikembangkan.

2.5 Wawancara

Pada tahap ini dilakukan wawancara semi terstruktur dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan terbuka berdasarkan topik yang ingin dikaji. Dengan pertanyaan yang bersifat terbuka dapat membuat narasumber menjawab lebih luas tanpa harus terpaku pada struktur pertanyaan yang diajukan. Menurut (Blandford, Furnis & Makri, 2016) wawancara semi terstruktur bersifat santai seperti percakapan biasa namun mampu menggali informasi lebih dalam dari narasumber. Pada proses wawancara semi terstruktur memiliki beberapa tahap sebagai berikut:

- a. **Percakapan pembuka**

Pertanyaan pembuka atau basa-basi relatif ampuh untuk membuat narasumber nyaman. Selain itu juga mampu meyakinkan bahwa narasumber mempunyai banyak pengalaman dan dapat memahami tujuan dari dilakukannya wawancara.

- b. **Memberikan pemahaman tentang tujuan penelitian**

Hal ini dilakukan agar narasumber memahami penelitian yang dilakukan sehingga informasi yang diberikan sesuai dengan tujuan penelitian.

- c. **Awal wawancara**

Pada tahap awal ini wawancara fokus pada informasi latar belakang dari narasumber.

- d. **Wawancara berlangsung**

Saat aktivitas wawancara berlangsung maka akan terlihat perilaku narasumber, apakah narasumber merasa nyaman ataukah sebaliknya.

- e. **Akhir wawancara**

Pada tahap akhir wawancara narasumber diberikan kesempatan untuk memberi tambahan informasi yang mungkin pada saat wawancara berlangsung terdapat beberapa hal yang lupa.

2.6 Hierarchical Task Analysis

Menurut (Stanton, 2006) *hierarchical task analysis* adalah metode yang berdasar pada konsep kinerja dan bagaimana mengorganisir prinsip kerjanya. Metode ini digunakan untuk mengecek efektifitas kerja dan kegiatan yang pelaksanaannya tidak tepat sehingga dapat tercapai produktivitas yang diharapkan. Pada umumnya yang dilakukan pada metode ini adalah

proses untuk menguraikan *task* menjadi beberapa *sub task*. Hal ini dilakukan dalam beberapa level dan dijelaskan dengan selengkap mungkin.

2.7 *Usability*

Menurut (Bevan & Harker, 2015) *usability* adalah sejauh mana suatu produk atau sistem dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai target yang telah ditentukan dengan efektivitas, efisiensi, dan mencapai kepuasan penggunaan dalam konteks tertentu. Berdasarkan definisi di atas *Usability* dapat diukur berdasarkan beberapa indikator meliputi:

a. *Learnability*

Kemudahan didefinisikan dengan seberapa cepat waktu yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem serta tingkat kemudahannya dalam mengoperasikan fungsi-fungsi dasar dan keinginan pengguna dapat terpenuhi.

b. *Efficiency*

Efisiensi didefinisikan sebagai sumber daya yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menggunakan sistem untuk mencapai tujuan tertentu.

c. *Memorability*

Memorability atau mudah diingat didefinisikan dengan seberapa lama pengguna dapat mempertahankan pengetahuannya dalam penggunaan aplikasi tersebut.

d. *Errors*

Kesalahan didefinisikan dengan seberapa banyak kesalahan yang dilakukan oleh pengguna dalam pengoperasian sistem yang dibuat. Kesalahan yang dimaksud adalah tingkat kesesuaian antara apa yang pengguna pikirkan dengan apa yang tersaji dalam sistem.

e. *Satisfaction*

Kepuasan didefinisikan dengan terbebasnya dari ketidaknyamanan dan sikap yang positif dari penggunaan sistem.