

BAB IV

IMPLEMENTASI

Bab ini akan berisi analisis dan hasil dari langkah-langkah yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut adalah analisis dan hasil dari tahapan-tahapan yang telah dilakukan.

4.1 *Mission Statement*

Berdasarkan hasil *interview* yang telah dilakukan dengan *stakeholder* dan calon pengguna. *Interview* dilakukan bersama tiga orang. Salah satunya adalah pengurus Kagem Jogja, yaitu Husnan Budiman dan dua orang lainnya adalah relawan, yaitu Aris Nurul Huda, dan Ahmad Arif Budiman. Adapun beberapa hal yang dapat disimpulkan dari hasil *interview* tersebut, antara lain:

- a. *Website* ideal menurut narasumber adalah *website* yang memiliki tampilan *responsive*, tidak memiliki banyak *menu*, menunjukkan maksud dan tujuan *website* secara jelas, dan sesuai kebutuhan.
- b. Semua narasumber sepakat bahwa peletakan iklan yang tidak pada tempatnya terkadang membuat mereka kesulitan dan sangat terganggu dalam melakukan akses pada halaman sebuah *website*. Beberapa hal lain yang cukup mengganggu narasumber, yaitu *loading website* yang lama, halaman yang tidak disertai dengan penjelasan dan terlalu banyak *menu*.
- c. *Website* Kagem Jogja nantinya diharapkan dapat menyederhanakan proses administrasi pendaftaran calon relawan dan penulisan artikel oleh relawan, memuat segala informasi yang memungkinkan mengenai Kagem Jogja, serta memiliki konten yang dapat menginspirasi pengunjung *website*.
- d. Sasaran utama pengunjung *website* Kagem Jogja, antara lain: relawan, calon relawan, kerabat kerja, serta donatur.

- e. Informasi yang akan disampaikan melalui *website* Kagem Jogja ini, antara lain: keterangan umum mengenai Kagem Jogja, informasi jadwal kegiatan, serta artikel berdasarkan kategori.

Rangkuman hasil *interview* dapat dilihat pada Lampiran 1. Rumusan *mission statement* yang dapat diformulasikan dari kesimpulan *interview* di atas adalah "Menyediakan semua informasi yang memungkinkan mengenai Kagem Jogja dan menyederhanakan proses administrasi yang terjadi antara pengurus dengan calon relawan serta memfasilitasi interaksi antar relawan, kerabat kerja, donatur, serta pengunjung *website* secara umum."

Melalui rumusan *mission statement* di atas terdapat 3 hal penting yang harus diperhatikan. Pertama, subjek dari pembuatan *website* adalah Kagem Jogja. Kedua, tujuan dibuatnya *website* Kagem Jogja adalah menyediakan informasi, menyederhanakan proses administrasi dan memfasilitasi interaksi antar pengguna. Hal ini meliputi, informasi dalam bentuk gambar, *video*, artikel, jadwal kegiatan, dan lain-lain. Proses administrasi yang dimaksud di sini adalah pendaftaran relawan serta penulisan artikel oleh relawan. Ketiga, sasaran pengguna dari *website* Kagem Jogja adalah pengurus, relawan, calon relawan, kerabat kerja, donatur dan pengunjung umum.

Kerabat kerja yang dimaksudkan di sini, yaitu pihak yang berniat menjalin kerja sama dengan Kagem Jogja dalam bidang yang sama. Misalnya, komunitas lain yang ingin berkolaborasi dengan Kagem Jogja, mahasiswa yang berniat melakukan penelitian, lembaga negara maupun swasta yang ingin bekerja sama dalam kegiatan bakti sosial, dan lain-lain. Sementara donatur, adalah individu atau kelompok yang berniat memberikan bantuan dalam bentuk apapun yang sesuai dengan kebutuhan Kagem Jogja. Misalnya, seseorang yang ingin menyumbangkan buku bacaan untuk anak-anak, kelompok mahasiswa yang ingin menyumbangkan alat tulis, ataupun lembaga yang berniat memberikan sejumlah uang.

Kedua sasaran pengguna di atas penting bagi Kagem Jogja karena, seperti yang telah dibahas pada Bab II. Kagem Jogja merupakan lembaga *nonprofit*, sehingga biaya operasional ditanggung sendiri oleh pemilik dan mengandalkan

donasi dari berbagai pihak. Sementara kegiatan yang dilakukan bersama dengan kerabat kerja dapat menjadi sarana promosi untuk memperkenalkan Kagem Jogja ke masyarakat luas.

4.2 Audience Modeling

Dalam fase kedua WSDM, yaitu *audience modeling* terdapat dua hal yang harus dilakukan. Hal tersebut adalah *audience classification* dan *audience characterization*. Berikut adalah hasil dari tahapan kedua.

4.2.1 Audience Classification

Secara umum, pada *mission statement* telah disebutkan aktivitas dan sasaran pengguna untuk *website* Kagem Jogja. Melalui hal tersebut *audience class* dapat terbentuk. Langkah awal adalah dengan melihat aktivitas organisasi yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran pengguna. Setiap aktivitas pasti memiliki orang yang terlibat di dalamnya, orang tersebut dianggap sebagai pengguna potensial apabila mereka disebutkan dalam *mission statement*.

Website Kagem Jogja dapat dijabarkan melalui *mission statement*, paling tidak harus dapat melakukan beberapa aktivitas, antara lain:

- a. Melayani pendaftaran calon relawan bagi pengguna.
- b. Menyediakan layanan manajemen artikel untuk relawan dan pengurus.
- c. Menyediakan layanan manajemen kegiatan bagi pengurus.
- d. Menyediakan layanan manajemen data relawan.
- e. Menyediakan semua informasi yang memungkinkan tentang Kagem Jogja.

Orang-orang yang terlibat dalam aktivitas tersebut antara lain calon relawan yang akan mendaftar; relawan sebagai penulis artikel; pengurus sebagai penyusun jadwal kegiatan serta melakukan manajemen data relawan; kerabat kerja, donatur dan pengunjung umum yang berkepentingan mencari informasi mengenai Kagem Jogja. Untuk

menentukan apakah orang-orang yang terlibat ini ada pada satu *audience class* yang sama atau *audience class* berbeda dapat dilihat dari kebutuhan mereka. Didefinisikan bahwa, pengguna dengan kebutuhan informasi dan fungsional yang sama akan berada dalam satu *audience class*. Sehingga, kebutuhan masing-masing pengguna harus diformulasikan lebih dulu. Berikut adalah formulasi kebutuhan pengguna secara umum:

- a. Calon Relawan: merupakan relawan yang telah mengisi formulir pendaftaran sebagai relawan.

Kebutuhan informasi:

- Informasi mengenai konfirmasi pendaftaran menjadi relawan

Kebutuhan Fungsional:

- Mengubah profil diri

- b. Relawan: merupakan anggota Kagem Jogja yang telah terdaftar.

Kebutuhan informasi:

- Informasi tentang artikel yang telah ditulisnya
- Informasi tentang komentar pada artikel yang ditulisnya

Kebutuhan Fungsional :

- Membuat sebuah artikel
- Membalas komentar

- c. Pengurus: merupakan relawan yang memiliki tanggungjawab untuk mengurus rumah tangga Kagem Jogja.

Kebutuhan informasi:

- Seluruh informasi yang memungkinkan tentang relawan
- Seluruh informasi yang memungkinkan tentang jadwal kegiatan
- Seluruh informasi yang memungkinkan tentang artikel
- Seluruh informasi yang memungkinkan tentang calon relawan

Kebutuhan fungsional :

- Manajemen relawan
- Manajemen jadwal kegiatan
- Manajemen artikel
- Manajemen komentar

d. Kerabat Kerja: perorangan atau kelompok yang bermaksud menjalin kerja sama. Contoh: komunitas sejenis.

Kebutuhan informasi:

- Semua informasi yang memungkinkan tentang Kagem Jogja

Kebutuhan fungsional:

- Meninggalkan komentar

e. Donatur: perorangan atau kelompok yang bermaksud untuk memberikan bantuan. Contoh: perusahaan, universitas, kelompok mahasiswa, dll.

Kebutuhan informasi:

- Semua informasi yang memungkinkan tentang Kagem Jogja

Kebutuhan fungsional:

- Meninggalkan komentar

f. Pengunjung umum: merupakan perorangan yang membutuhkan informasi mengenai Kagem Jogja ataupun ingin bergabung dengan Kagem Jogja.

Kebutuhan informasi:

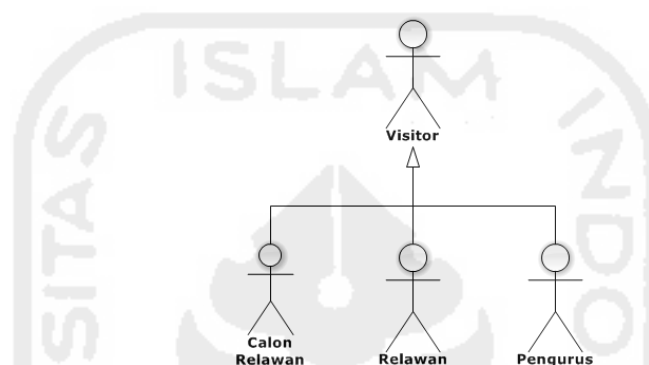
- Semua informasi yang memungkinkan tentang Kagem Jogja

Kebutuhan fungsional:

- Meninggalkan komentar
- Mendaftar sebagai relawan

Formulasi kebutuhan pengguna yang lain dapat dilihat pada Lampiran 2. Selain kerabat kerja, donatur dan pengunjung umum,

kebutuhan setiap kelompok pengguna berbeda satu dengan yang lain. Karena kemiripan kebutuhan yang dimiliki oleh kerabat kerja, donatur dan pengunjung umum, maka kelompok pengguna tersebut dapat dijadikan satu *audience class* yang akan kita sebut dengan *visitor*. Sehingga, hasil awal dari *audience classification* adalah: calon relawan, relawan, pengurus, dan visitor.



Gambar 4.1 Main Audience Hierarchy

Dalam WSDM, *audience class* akan membuat suatu *audience hierarchy*. Semua *audience class* yang telah diidentifikasi merupakan *sub-class* dari *audience class visitor*. Hal ini disebabkan karena, kebutuhan *audience class visitor* merupakan hal yang juga dibutuhkan oleh *audience class* lain. Hal inilah yang sebenarnya dinotasikan pada Gambar 4.1.

Karena *website* ini membutuhkan perlindungan dari pengguna yang tidak memiliki hak, maka dibuatlah *class hierarchy* kedua yaitu : *Security Class Hierarchy*. Dalam *class hierarchy* ini, *visitor* dikelompokkan berdasarkan keamanan yang dibutuhkan. Berikut ini adalah kebutuhan dari masing-masing *audience class*:

a. *Registered User*

Kebutuhan keamanan:

- *Logging in*

b. *Pre-registered User*

Kebutuhan keamanan:

- *Logging in*

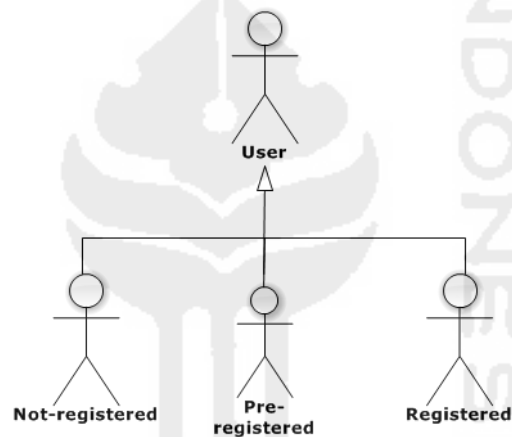
- Konfirmasi registrasi

c. *Not-registered User*

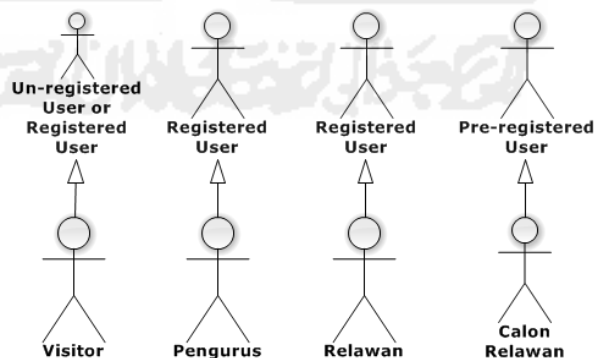
Kebutuhan keamanan:

- Registrasi

Berdasarkan kebutuhan di atas, maka dapat dibuat *security class hierarchy* dapat dibuat seperti Gambar 4.2. Pada diagram tersebut dapat dilihat bahwa *pre-registered user* adalah *sub-class* dari *registered user* karena *pre-registered user* membutuhkan kebutuhan lebih yaitu konfirmasi registrasi.



Gambar 4.2 *Security Class Hierarchy*



Gambar 4.3 *Relasi Main dan Security Class Hierarchy*

Pada Gambar 4.3 adalah pemetaan relasi antara *audience dan security class hierarchy* yang telah dibuat sebelumnya. Melalui Gambar

4.3 dapat dilihat bahwa Visitor terdiri dari *un-registered user* dan *registered user*. Pengurus dan relawan merupakan bagian dari *registered user*. Sedangkan calon relawan, merupakan bagian dari *pre-registered user* karena memerlukan konfirmasi untuk menjadi *registered user*.

4.2.2 Audience Characterization

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, semua anggota suatu *audience class* pasti memiliki kebutuhan informasi dan fungsional yang sama. Walaupun demikian, anggota dari suatu *audience class* bisa saja memiliki perbedaan tentang cara informasi tersebut disampaikan. Dapat dikatakan juga, bahwa anggota suatu *audience class* dapat memiliki *usability requirement* yang berbeda. Perbedaan tersebut muncul karena beberapa hal, antara lain: pengalaman menggunakan *website* secara umum, frekuensi penggunaan, bahasa yang digunakan, latar belakang pendidikan, umur dan kebiasaan (De Troyer, 2001).

Dalam penelitian ini, pemetaan karakteristik pengguna dilakukan dengan menyebarkan *questioner* yang isinya berkaitan dengan *usability requirement*. Seperti yang telah diketahui, dalam proyek pengembangan *website* biasanya pengembang tidak dapat melibatkan seluruh *audience class* secara langsung. Oleh karena itu, pada studi kasus *Website Kagem Jogja* hanya tiga *audience class* yang paling mungkin untuk dilibatkan dalam proses pengembangan yaitu *audience class* pengurus, relawan dan calon relawan. Jumlah total responden yang mengisi *questioner* adalah 24 orang. Hasil *questioner* keseluruhan dapat dilihat pada Lampiran 3.

Berdasarkan analisis deskriptif untuk pertanyaan umum yang diajukan pada responden mengenai umur, status (mahasiswa, bekerja, lain-lain) dan jenis kelamin. Maka, dapat disimpulkan bahwa calon pengguna *website* Kagem Jogja secara garis besar:

- Berusia >17 sampai <= 30 tahun.
- Kebanyakan berstatus sebagai mahasiswa.
- Jumlah laki-laki dan perempuan hampir seimbang.

- Terdiri dari berbagai latar belakang pendidikan yang berbeda.

Kemudian berdasarkan analisis deskriptif untuk pertanyaan yang berkaitan dengan pengetahuan dasar mengenai *website*, penggunaan bahasa, pengalaman menggunakan *website*, dan lain-lain.

1. Saya tidak merasa kesulitan dalam membuka halaman sebuah *website*. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.75 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden dapat membuka suatu halaman *website* dengan mudah.
2. Berinteraksi menggunakan internet bukan hal baru bagi saya. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.87 dari skor maksimal 5 yang menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden akrab menggunakan internet.
3. Saya selalu mengakses informasi melalui internet. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.3 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden sering mencari informasi di internet.
4. Saya selalu terhubung dengan internet. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.4 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden sehari-hari selalu menggunakan internet.
5. Saya merasa *website* berbahasa Indonesia lebih mudah digunakan. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.04 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden lebih nyaman menggunakan *website* berbahasa Indonesia.
6. Website berbahasa Inggris membuat saya bingung. Pertanyaan ini memiliki nilai 2.7 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Ragu-ragu. Dapat disimpulkan bahwa responden kurang nyaman dengan *website* berbahasa Inggris.

7. Saya selalu membuka *website* melalui ponsel. Pertanyaan ini memiliki nilai 3.4 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Setuju. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden membuka *website* melalui ponsel.
8. Saya lebih nyaman membuka halaman website melalui *laptop* atau komputer. Pertanyaan ini memiliki nilai 4.1 dari skor maksimal 5 dan menempati skala Sangat Setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden sangat nyaman membuka halaman *website* melalui laptop atau computer.

Dari hasil analisis deskriptif mengenai karakteristik pengguna, dapat disimpulkan bahwa secara umum pengunjung *Website* Kagem Jogja tidak memiliki variasi karakter pengguna. Hasil yang didapat, akan digunakan sebagai pertimbangan pada tahap implementasi. Pengguna *Website* Kagem Jogja memiliki rata-rata karakter sebagai berikut:

- Memiliki pengalaman yang baik dalam penggunaan *website* secara umum.
- Lebih mudah menggunakan *website* dalam bahasa Indonesia, walaupun tidak masalah apabila terpaksa menggunakan *website* dalam bahasa Inggris.
- Memiliki latar belakang pendidikan yang beragam.
- Dapat membuka *website* melalui *smartphone* maupun *laptop*. Tetapi, membuka *website* dengan *laptop* lebih disukai.
- Selalu terhubung dengan internet.

4.3 *Conceptual Design*

Pada fase *audience modeling*, telah diketahui kebutuhan informasi dan kebutuhan fungsional setiap *audience class*. Selain itu, karakteristik pengguna *Website* Kagem Jogja juga telah dikenali. Tujuan dari *conceptual design* adalah mengubah kebutuhan tersebut menjadi deskripsi yang lebih formal dan nantinya dapat digunakan untuk pengembangan *website* secara efektif.

Fase *conceptual design* akan berkonsentrasi pada konsep “apa dan bagaimana”. Ada tiga hal yang akan dilakukan selama fase ini, yaitu *information modeling*, *functional modeling* dan *navigational design*. *Information modeling* dan *functional modeling* dilakukan untuk mendeskripsikan informasi dan fungsi apa saja yang akan muncul di dalam *website* dan mewakili konsep “apa”. *Navigational design* dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana informasi tersebut distrukturkan dan dapat diakses oleh pengguna. Hal tersebut dilakukan mewakili konsep “bagaimana”.

4.3.1 *Information Modeling*

Hasil dari *information modeling* dalam WSDM terdiri dari beberapa skema konseptual. Hal ini disebabkan karena WSDM menggunakan pendekatan *audience-driven*. Pada pendekatan ini, pemodelan dimulai dengan memetakan kebutuhan informasi dari semua *audience class*. Untuk setiap *audience class* sebuah skema konseptual akan dibangun berdasarkan informasi yang dibutuhkan oleh anggota kelas tersebut.

Pada tahap ini akan dibangun sebuah *audience object model* dari kebutuhan *audience* yang sebelumnya telah disampaikan secara informal. *Audience object model* dibuat dengan cara mengubah kebutuhan informasi ke bentuk yang disebut *object chunks*. Untuk membangun suatu *audience object model* bagi *audience class* tertentu, akan dilakukan langkah-langkah berikut:

- a. Hanya kebutuhan informasi yang perlu diperhatikan;
- b. Menekuni lebih dalam kebutuhan informasi yang disebutkan dalam bentuk informal;
- c. Memisahkan kebutuhan informasi menjadi sesuatu yang disebut *elementary information requirement*;
- d. Untuk setiap *elementary information requirement*, buat sebuah objek model yang disebut *object chunk* (menggunakan teknik *information modeling*, dalam hal ini ORM2);

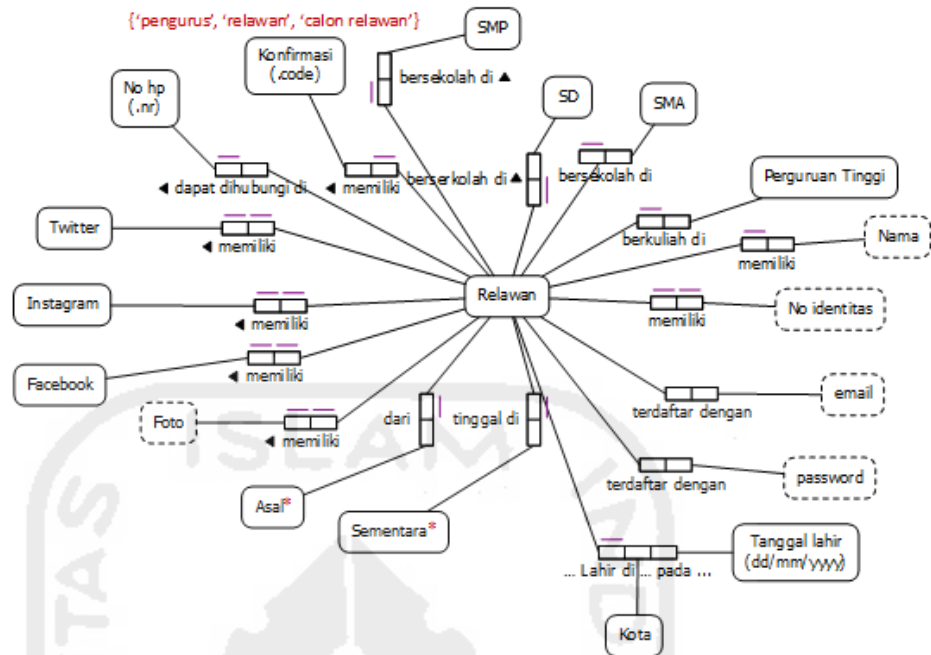
- e. Menggabungkan *object chunk* dari sebuah *user class* menjadi suatu objek yang akan disebut sebagai *user object model*.

Dalam kasus *Website Kagem Jogja* pada tahapan sebelumnya terdapat *audience class* Relawan yang memiliki kebutuhan: "Informasi mengenai profil diri".

Berikut adalah pendalaman dari pernyataan kebutuhan di atas: "Setiap relawan dapat melihat nama, no.identitas, tanggal lahir, tempat lahir, pendidikan, tempat tinggal, foto, sosial media, no. hp, konfirmasi, status."

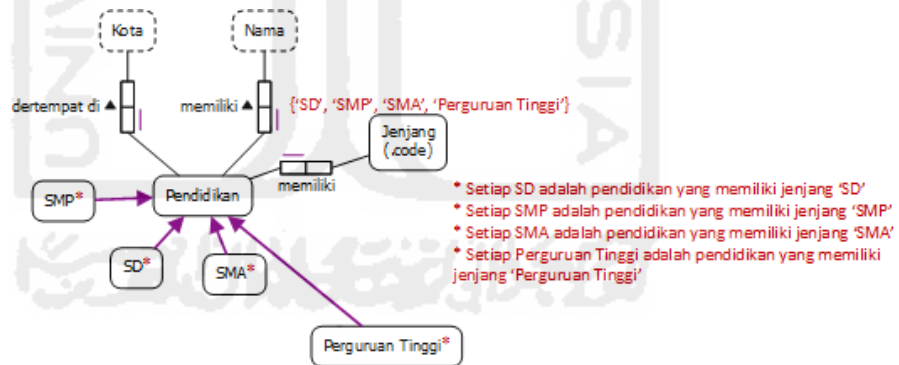
Kebutuhan tersebut dapat dipisahkan menjadi 4 *elementary requirement*. Langkah selanjutnya adalah membuat (spesifik) objek model untuk setiap *elementary requirement* agar dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Model ini selanjutnya akan disebut sebagai *object chunks* karena hanya bagian dari objek model yang lebih besar. Dalam pembuatan *object chunks* ini, digunakan ORM2 sebagai notasinya. Berikut adalah *elementary requirement* dan *object chunks* yang terbentuk dari kebutuhan "Informasi mengenai profil diri" seperti yang tertera pada Lampiran 2:

- (1) "Info data diri berisi nama, no.identitas, *password*, email, tanggal lahir, tempat lahir, SD, SMP, SMA, perguruan tinggi, twitter, instagarm, facebook, alamat asal dan alamat sementara, foto, no. hp, dan konfirmasi." Dapat dilihat pada Gambar 4.4 *Object Chunk: Info profil*;



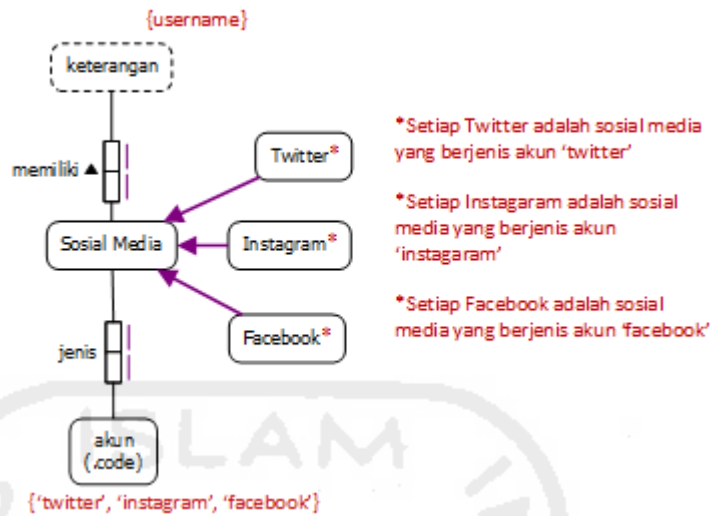
Gambar 4.4 Object Chunk: Info profil

(2) “SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi merupakan *subtype* dari entitas pendidikan. Masing-masing memiliki *value*: nama dan kota” dapat dilihat pada Gambar 4.5 Object Chunk: Pendidikan;



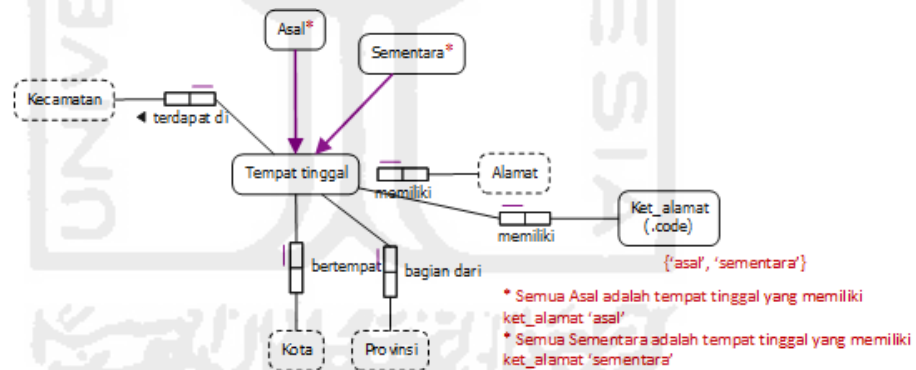
Gambar 4.5 Object Chunk: Pendidikan

(3) “Instagram, Facebook dan Twitter merupakan *subtype* dari entitas sosial media. Masing-masing memiliki nilai: keterangan.” Dapat dilihat pada Gambar 4.6 Object Chunk: Media Sosial;



Gambar 4.6 Object Chunk: Media Sosial

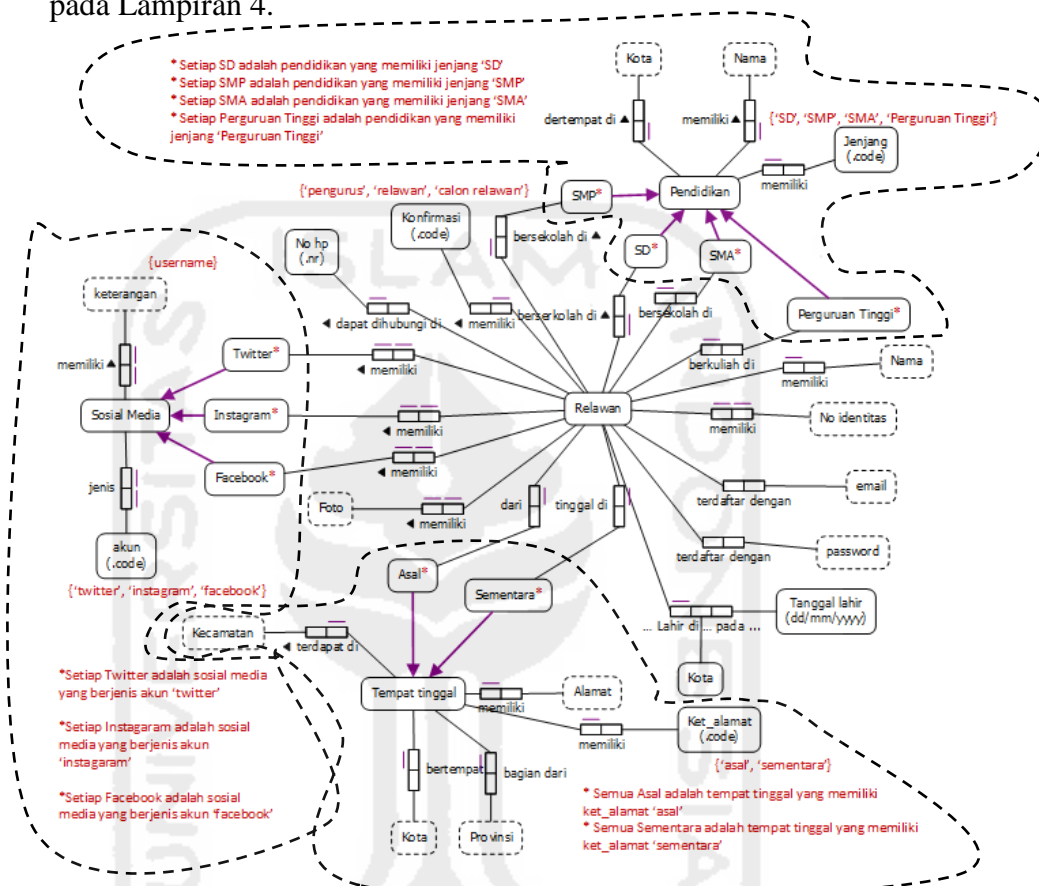
- (4) “Alamat asal dan alamat sementara merupakan *subtype* dari entitas tempat tinggal. Masing-masing berisi alamat, kecamatan, kota dan provinsi.” Dapat dilihat pada Gambar 4.7 Object Chunk: Tempat Tinggal.



Gambar 4.7 Object Chunk: Tempat Tinggal

Terakhir, *object chunks* yang telah dibuat dari satu *audience class* akan dikombinasikan menjadi satu model yang disebut sebagai *audience object model*. *Object model* informasi profil diri dari *audience* relawan adalah seperti terdapat pada Gambar 4.8. Namun setelah disatukan ke dalam skema *user object* yang utuh, masing-masing *object chunks* diberi garis pembimbing agar masih dapat dikenali. Hal tersebut dilakukan agar dapat memudahkan perubahan yang dilakukan terus-menerus terhadap

website. Dengan menggunakan konsep *elementary requirement*, perubahan kebutuhan informasi dapat dilokalisasikan pada satu atau beberapa *elementary requirement*. Rancangan lengkap *object model* dapat dilihat pada Lampiran 4.

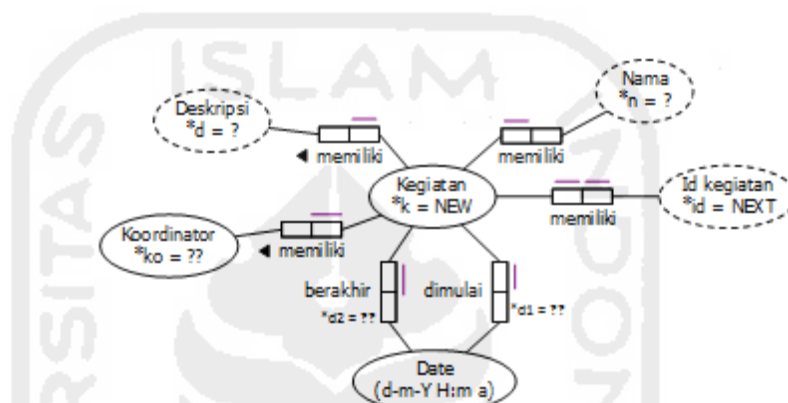


Gambar 4.8 Object Model: Profil Diri

4.3.2 Functional Design

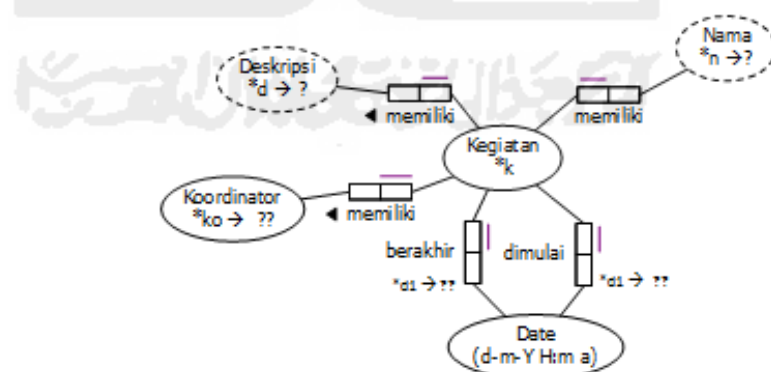
Tahapan *functional design* sebenarnya hampir sama dengan tahapan *information modeling*. Perbedaannya adalah pada *functional design* pemodelan akan fokus pada kebutuhan fungsional. Kebutuhan fungsional tersebut akan dipecahkan menjadi *elementary requirement* untuk kemudian dimodelkan dengan *functional chunks*. Berikut adalah penjelasan langkah-langkah pembuatan *functional chunk* untuk *audience class* Pengurus.

Kebutuhan fungsional *audience class* Pengurus yang akan dijadikan contoh adalah “manajemen kegiatan” yang terdiri dari fungsi tambah, edit dan hapus kegiatan. Fungsi tambah kegiatan memungkinkan pengguna untuk memasukkan nama kegiatan, waktu dimulainya kegiatan, waktu berakhirnya kegiatan, deskripsi, dan koordinator dari kegiatan tersebut. Pernyataan informal tersebut apabila dimodelkan dengan *fungsional chunk* dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 *Functional Chunk* Tambah Kegiatan

Fungsi berikutnya adalah edit kegiatan, pengguna dapat mengubah nama, waktu mulai, waktu berakhir, koordinator dan deskripsi kegiatan yang ada pada daftar. Pernyataan informal tersebut apabila dimodelkan dengan *functional chunk* dapat dilihat pada Gambar 4.10.



Gambar 4.10 *Functional Chunk* Edit Kegiatan

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.12 dan Gambar 4.13, secara umum notasi yang digunakan pada *functional chunks* hampir sama

dengan *information chunks* hanya saja, terdapat beberapa simbol tambahan. Hasil *functional design* lain dapat dilihat pada Lampiran 5.

4.3.3 *Navigational Design*

Fase kedua dari *conceptual design* adalah membuat *navigation design* yang bertujuan untuk mendeskripsikan struktur *website* secara konseptual serta memodelkan *track* bagi setiap *audience class* agar dapat mengakses informasi pada *website*. Setiap *user class* akan memiliki *navigation track* yang berbeda. Kesatuan dari beberapa *navigation track* disebut sebagai *navigation model*.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada BAB II dan III, setiap *audience class* akan memiliki *navigation track* masing-masing. Berikut adalah contoh *navigation track* untuk *visitor class*. Langkah awal dari pembuatan *navigation track* adalah dengan melihat kebutuhan yang telah diformulasikan untuk setiap *audience class* yang sebelumnya telah dibuat saat fase *Audience Modeling*. Untuk *visitor class* kebutuhan yang telah diformulasikan adalah sebagai berikut:

Visitor.R1 : Informasi umum tentang Kagem Jogja

- Nama lembaga, kontak, alamat, sejarah singkat.

Visitor.R2 : Informasi artikel yang telah terbit

- Judul artikel, tanggal terbit, isi artikel, penulis artikel, komentar artikel, dan kategori artikel.

Visitor.R3 : Informasi jadwal kegiatan

- Kalender yang berisi jadwal kegiatan bulanan.

Visitor.R4 : Informasi Personalia

- Daftar profil singkat relawan kagem (nama, asal, tempat tanggal lahir dan universitas/instansi).

Visitor.R5 : Meninggalkan komentar

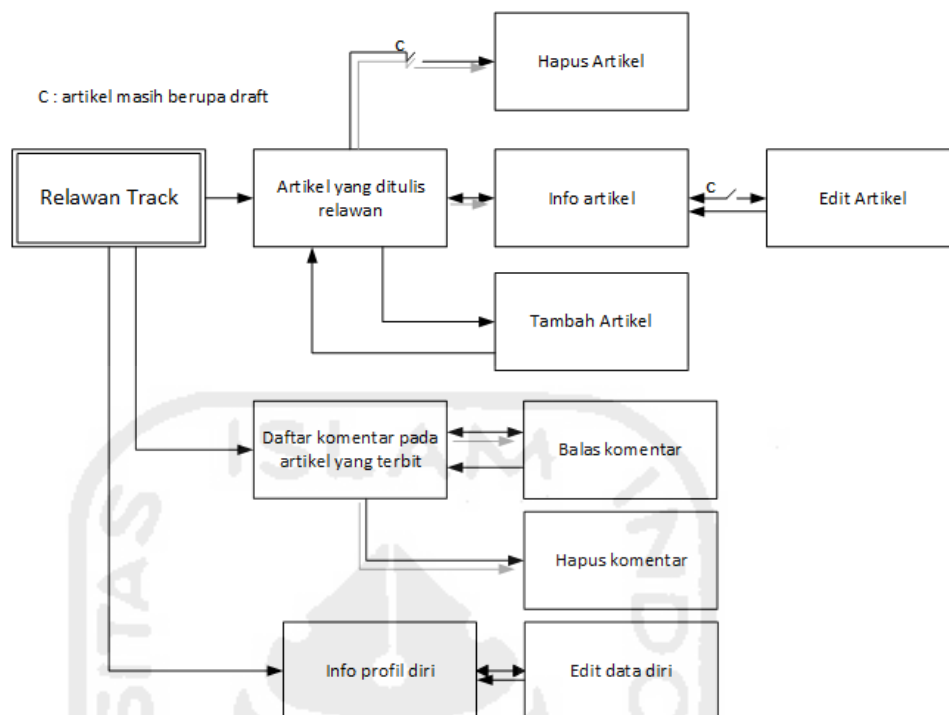
- *Visitor.R-1*: Tulis Komentar
 - ➔ *User* dapat mengisi identitas dan menuliskan isi komentar pada *form* yang telah disediakan.

- *Visitor.R-2: Edit Komentar*
 - ➔ *User* dapat mengubah identitas dan komentar selama komentar masih dalam bentuk pratinjau.

Visitor.R6 : Informasi Dokumentasi

- *Visitor.R-1: Foto*
 - ➔ *User* dapat melihat koleksi foto kegiatan Kagem Jogja.
- *Visitor.R-2: Edit Komentar*
 - ➔ *User* dapat melihat koleksi video yang berhubungan dengan Kagem Jogja.

Visitor navigation track dapat dibuat lebih mudah dengan menggambarkan setiap komponen kebutuhan yang ada diikuti dengan penjabaran struktur kebutuhan tersebut. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.11 *navigation track* untuk *audience class* relawan. Pada gambar tersebut terdapat juga *conditional link* yang menghubungkan artikel yang ditulis relawan dengan hapus artikel. *Link* hapus artikel akan tersedia apabila artikel masih berupa *draft*. Sama halnya dengan edit artikel, *link* akan muncul apabila artikel masih berupa *draft*. Hasil *navigational design* dapat dilihat pada Lampiran 6.



Gambar 4.11 *Navigation Track for Relawan*

4.4 *Implementation Design*

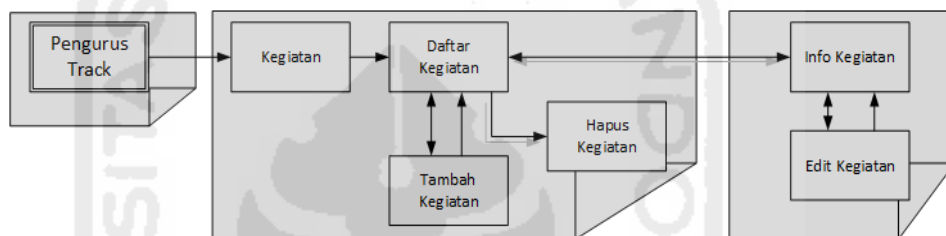
Selanjutnya adalah fase ke empat dari WSDM, yaitu *implementation design*. Pada fase ini tahapan yang dilakukan adalah *page design*. Berikut adalah proses dan hasil yang dilakukan pada fase ini.

4.4.1 *Page Design*

Tahap selanjutnya dari fase *implementation design* adalah *page design*. Pada tahapan ini yang menjadi fokus perancangan adalah struktur halaman *website* yang akan dibuat. Perancangan struktur halaman ini dibuat berdasarkan *navigation model* yang telah dibuat sebelumnya. Setiap komponen dan *link* pada *navigational model* akan menjadi sebuah halaman dan *hyperlinks*. Umumnya setiap komponen dapat dimunculkan langsung pada satu halaman dan setiap *link* adalah *hyperlink*. Namun demikian, sebaiknya jumlah informasi yang ada pada suatu halaman harus dikontrol.

Hal tersebut dilakukan agar pengguna tidak bingung karena dibanjiri dengan begitu banyak informasi.

Selain untuk memusatkan perhatian pengguna, pengendalian jumlah informasi yang muncul pada satu halaman juga bertujuan untuk menghindari pemuatan halaman yang terlalu lama. Sebaliknya, terlalu sedikit informasi dalam suatu halaman akan membuat pengguna melakukan “klik” terlalu banyak. Oleh karena itu, pengelompokan komponen yang akan ditampilkan pada suatu halaman penting untuk dilakukan.



Gambar 4.12 *Page Design* Pengurus, Bagian Kegiatan

Seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 4.12 terdapat 2 halaman untuk menu kegiatan, yaitu satu halaman yang berisi informasi daftar kegiatan, fungsi tambah kegiatan dan fungsi hapus kegiatan. Halaman kedua memuat informasi kegiatan dan fungsi edit kegiatan. Hasil *page design* dapat dilihat pada Lampiran 7.

4.4.2 *Presentation Design*

Presentation design merupakan tahap lanjutan pada fase *implementation design*. Tahap ini dilakukan dengan tujuan memodelkan bagaimana informasi yang diperlukan pengguna akan ditampilkan. Berikut adalah beberapa hasil dari tahapan *presentation design*.

No	Nama Kegiatan	Mulai	Selesai	Action
1.				[Edit] [Hapus]
2.				[Edit] [Hapus]

Gambar 4.13 *Presentation Design* Daftar Kegiatan

Gambar 4.13 merupakan bentuk *presentation design* dari *page design* pada Gambar 4.12 yang berisi informasi dan fungsi, yaitu menu kegiatan, daftar kegiatan, hapus kegiatan dan tambah kegiatan. Selanjutnya untuk *presentation design* halaman yang menampilkan informasi detail kegiatan dan fungsi edit kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4.14.

Gambar 4.14 *Presentation Design Detail* Kegiatan

Fungsi edit kegiatan akan muncul apabila pengguna menekan tombol Edit Kegiatan. Gambar 4.15 adalah tampilan layar setelah tombol tersebut ditekan.

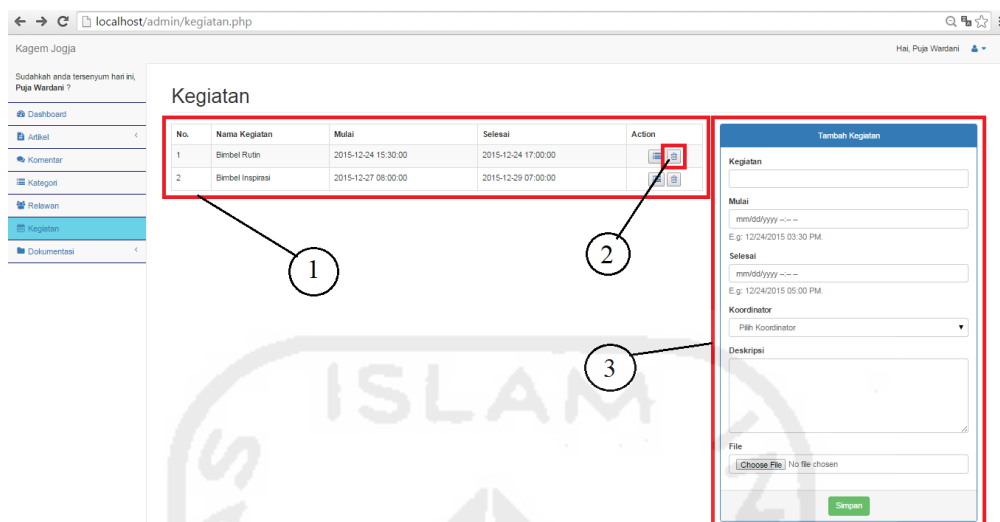
Gambar 4.15 *Presentation Design* Edit Kegiatan

4.5 *Implementation*

Implementation merupakan fase terakhir dari WSDM. Pada fase ini, semua rancangan yang telah dibuat sebelumnya diimplementasikan secara aktual. Dalam hal ini akan dilakukan dengan *html*, *php*, dan *mysql*. Model yang telah ada ditransformasikan kedalam halaman-halaman yang memuat kode *html*, *php*, dan *mysql*.

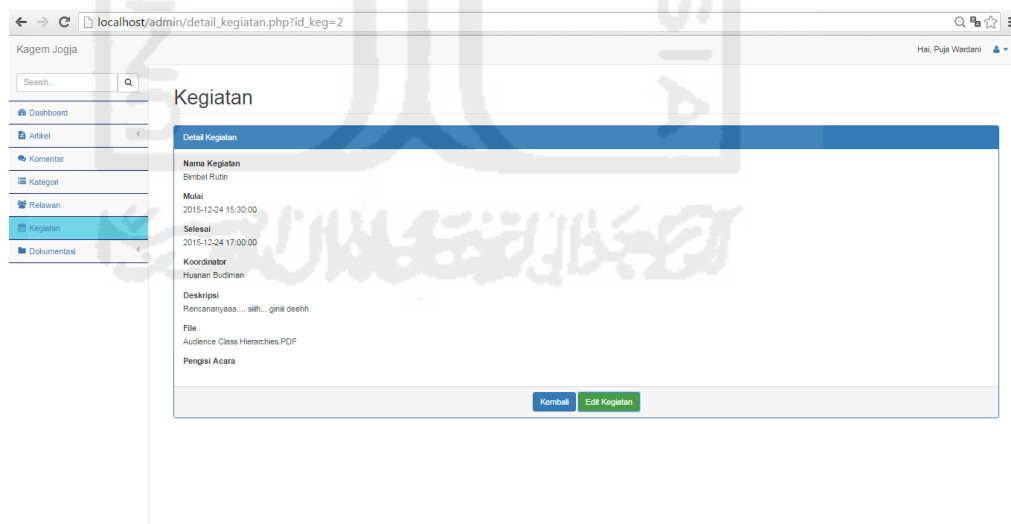
Dalam proses implementasi ini juga, perlu dipertimbangkan hasil dari *user characterization* yang dibuat sebelumnya pada tahap WSDM ke dua. Dalam kasus ini, karena hampir semua pengguna nyaman menggunakan *website* berbahasa Indonesia maka dibuatlah *website* Kagem Jogja dengan bahasa Indonesia. Demikian halnya dengan kisaran umur antara 17 – 30 tahun, berdasarkan hal tersebut maka ukuran tulisan pada *website* Kagem Jogja tidak perlu dibuat besar.

Berikut adalah contoh halaman yang diimplementasikan dari Gambar 4.12 *Page Design* Pengurus, Bagian Kegiatan.



Gambar 4.16 Halaman Daftar, Tambah dan Hapus Kegiatan

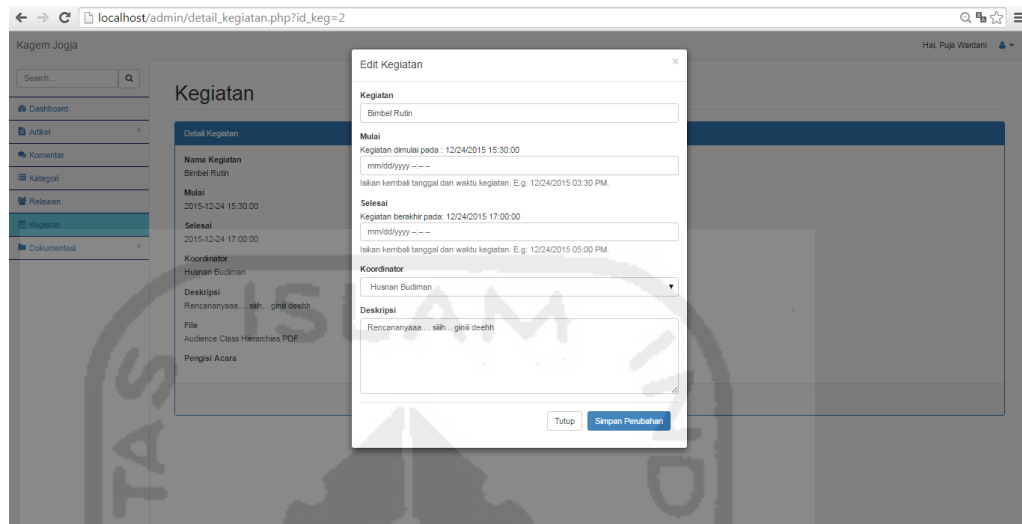
Dapat dilihat pada Gambar 4.13 bahwa suatu halaman kegiatan.php memuat informasi daftar kegiatan ditunjukkan dengan nomer satu, fungsi tambah kegiatan ditunjukkan dengan nomer tiga dan fungsi hapus kegiatan ditunjukkan dengan nomer dua. Fungsi tambah kegiatan yang ditunjukkan oleh nomer tiga dibuat berdasarkan *functional chunk* pada Gambar 4.9.



Gambar 4.17 Halaman Info Kegiatan

Dapat dilihat pada Gambar 4.14 bahwa suatu halaman detail_kegiatan.php menampilkan informasi mengenai suatu kegiatan, tetapi bagian edit kegiatan belum terlihat pada layar. Agar fungsi edit

kegiatan muncul pada layar, pengguna harus menekan tombol Edit Kegiatan. Hal yang akan terjadi dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.18 Fungsi Edit

Pembuatan fungsi edit kegiatan seperti pada Gambar 4.15 dibuat dari *functional chunk* seperti pada Gambar 4.10.