

SEBUAH FABEL TENTANG
USER-CENTRED
DESIGNER

DAVID TRAVIS

Translated by
Agung Kurnia Robbi

USERFOCUS

Sebuah Fabel Tentang User-Centred Designer

Kata Pengantar

Bertahun-tahun yang lalu, saya membaca sebuah buku yang ditulis oleh Kenneth Blanchard & Spencer Johnson yang berjudul “The One Minute Manager”. Buku ini adalah sebuah alegori yang bercerita tentang manajemen yang baik melawan manajemen yang buruk. Dalam buku ini menggambarkan kisah perjalanan seorang pemuda yang ingin belajar bagaimana menjadi seorang manajer yang efektif.

Suatu hari saat saya sedang duduk dirumah, saya merenungi apa yang Blanchard & Johnson harus katakan tentang desain yang berpusat pada user (**User-Centred Design**) yang disingkat menjadi **UCD**. Seperti halnya manajemen, UCD kelihatannya sederhana, namun ketika diterapkan kepada pengguna yang luar biasa pengalamannya, banyak orang yang melakukannya dengan salah. Dan seperti halnya dengan manajemen, ada beberapa aturan yang sederhana namun sangat kuat.

Fabel ini adalah hasil dari pemikiran saya. Saya telah mempertahankan struktur naratif dari “The One Minute Manager” dan jika anda tahu buku dengan judul tersebut maka ada beberapa kesamaan yang akan anda temukan. Tetapi di atas semua, fabel ini adalah deskripsi sederhana dari rahasia **User-Centred Design**. Saya harap anda dapat menikmatinya, menerapkannya dan menyebarkannya.

David Travis, Desember 2009

***Note: Fabel ini telah disetujui oleh penulis untuk diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.**

Pencarian

Pada suatu ketika, ada seorang pemuda yang cerdas yang sedang mencari seorang desainer yang efektif.

Dia tidak mencari sembarang desainer. Dia ingin menemukan seorang desainer yang bisa merancang teknologi yang kompleks tetapi mudah untuk diterapkan.

Dia ingin bekerja dengan salah satu desainer tersebut. Dia ingin belajar dari salah satu desainer tersebut. Dia ingin menjadi salah satu desainer tersebut.

Selama bertahun-tahun pencariannya telah membawanya ke berbagai penjuru dunia.

Dia telah berbicara dengan banyak desainer : dengan desainer grafis dan desainer produk, dengan arsitek perangkat lunak dan arsitek sistem informasi, dengan desainer interaksi dan desainer visual, dengan analis bisnis dan pemrogram komputer, dengan laki-laki dan perempuan - muda dan tua.

Dia telah pergi ke dalam setiap jenis lingkungan desain: ia telah mengunjungi perusahaan besar dan perusahaan kecil, perusahaan desain digital dan

perusahaan manufaktur, perusahaan desain web dan perusahaan game komputer.

Dia mulai melihat bagaimana orang-orang mendesain suatu teknologi.

Tapi ia tidak selalu senang dengan apa yang dia lihat.

Dia telah melihat banyak desainer yang produknya (perangkat lunak dan situs web) bisa digambarkan sangat atraktif.

Beberapa dari klien mereka berpikir mereka desainer yang baik.

Banyak orang yang mencoba untuk menggunakan desain mereka berpikir sebaliknya .

Ketika pemuda itu mewawancarai masing-masing desainer tersebut, ia bertanya, “Termasuk dalam jenis desainer apakah anda? “

Jawaban mereka tidak terlalu jauh berbeda.

“Desain saya secara visual sangat mencolok . Saya mendesain interface yang menurut orang-orang adalah suatu produk yang atraktif.”

Dia mendengar ada rasa bangga dalam suara mereka dan minat mereka dalam hal estetika.

Pria itu juga bertemu beberapa desainer yang produknya digambarkan sebagai state-of-the-art.

Ketika pemuda itu duduk dan mendengarkan para desainer ini menjawab pertanyaan yang sama, ia mendengar:

“Desain saya menggunakan teknologi terbaru. Saya mendesain interface yang menurut orang-orang adalah suatu produk yang keren.”

Dia mendengar ada rasa bangga dalam suara mereka dan minat mereka dalam desain state-of - the-art.

Tapi dia merasa masih ada yang kurang.

Hal tersebut seolah-olah menjadi alasan kebanyakan dari desainer di seluruh dunia, yaitu merancang interface yang menarik atau dalam merancang interface yang keren.

Pemuda itu berpikir dari keseluruhan desainer tersebut hanya sebagian yang efektif. “Ini seperti menjadi bagian dari desainer,” pikirnya.

Dia kembali ke rumah ditemani rasa lelah dan kesal.

Dia mungkin sudah menyerah dalam pencariannya yang telah berlangsung lama, tetapi dia punya satu keuntungan besar. Dia tahu persis apa yang ia cari.

“Desainer Efektif,” pikirnya, “Menciptakan teknologi yang bermanfaat bagi organisasi, pelanggan dan masyarakat pada umumnya.”

Pemuda itu telah mencari seorang desainer yang efektif ke setiap penjuru dunia, tetapi dia hanya menemukan sedikit yang sesuai dengan kriterianya. Beberapa desainer yang ia temukan tidak mau berbagi rahasia mereka dengan pemuda tersebut. Dia mulai berpikir dia tidak akan mengetahui apa yang membuat desainer efektif.

Lalu ia mulai mendengar rumor tentang seorang desainer spesial yang tinggal di kota terdekat. Ia mendengar bahwa para klien senang bekerja dengan desainer ini dan orang-orang yang menggunakan desainnya menyukainya juga. Pemuda itu bertanya-tanya apakah rumor ini benar dan jika benar demikian, apakah desainer ini bersedia untuk berbagi rahasianya dengannya.

Ia penasaran, lalu dia mencoba mengirim email kepada desainer spesial tersebut untuk membuat janji. Sepuluh menit kemudian ia mendapatkan balasannya. Desainer spesial tersebut ada waktu kosong keesokan harinya .

The User-Centred Designer

Pemuda itu pergi ke tempat yang telah dijanjikan menerobos kabut pagi. Hari itu adalah hari yang dingin di pertengahan bulan desember dan ia membungkus dirinya dengan jaket dan baju hangat untuk melawan dinginnya pagi.

Ketika ia tiba di kantor si desainer, ia menemukan desainer tersebut sedang membuat kopi. Pemuda itu kemudian berdehem dan desainer tersebut kemudian berbalik dan tersenyum. Desainer tersebut adalah seorang pria yang kurus dengan umur berkisar awal 50-an. Dia mempersilahkan pemuda tersebut untuk duduk dan kemudian bertanya, “Ada yang bisa saya bantu?”

Pemuda itu berkata dengan gugup, “Aku ingin mengajukan beberapa pertanyaan mengenai bagaimana anda merancang teknologi.”

“Saya senang untuk berbagi wawasan desain saya dengan anda,” kata si desainer. “Saya hanya akan membuat satu permintaan dari anda.”

Pemuda itu telah mengharapkan hal seperti ini sejak lama. Selama pencariannya, ia telah mengunjungi banyak desainer yang ingin menjaga rahasia dari ide-ide mereka.

Desainer tersebut melanjutkan, “Jika saya menjawab pertanyaan anda , saya ingin anda setuju untuk membagikan ide-ide ini kepada orang lain.”

“Dengan senang hati tentunya!” Tegas pria muda. Desainer ini jelas tampak sedikit berkarakter.

“Dalam hal itu,” kata desainer sambil duduk kembali di kursinya , “Silahkan sampaikan pertanyaanmu.”

Pemuda itu mengeluarkan buku catatan Moleskine yang selalu ia bawa dan kemudian melihat catatannya. Dengan ragu-ragu ia bertanya, “Bila anda merancang sebuah interface, apakah anda juga berfokus pada tampilannya juga? “

“Tentu saja,” kata si desainer. “Teknologi modern saat ini sangat kompleks. Orang-orang perlu tampilan yang bebas dari kekacauan, kalau tidak mereka tidak bisa melihat apa saja pilihan yang mereka miliki.”

“Jadi Anda seorang desainer visual,” pemuda itu menyatakan.

“Tentu saja tidak,” koreksi si desainer. “Desain visual adalah salah satu bagian dari pengalaman pengguna dengan teknologi.”

Pemuda itu melihat buku catatannya. “Jadi, anda melakukan desain dengan menggunakan inovasi teknologi terbaru?”

“Itu tentu jadi pertimbangan,” kata si desainer, “Tetapi teknologi terbaru hanya salah satu bagian dari solusi.”

Pemuda itu menutup buku catatannya. “Dalam hal ini, saya bingung,” katanya. “Termasuk dalam jenis desainer apakah anda?”

“Itu mudah,” jawab si desainer tanpa ragu-ragu. Dia mencondongkan tubuh ke depan dan berbisik, “Aku desainer yang berpusat pada user (User-Centred Designer) atau bisa disebut juga dengan UCD.”

Wajah pemuda itu menunjukkan keterkejutan. Dia belum pernah mendengar dari istilah User-Centred Designer. “Kau apa?”

Desainer tersebut tertawa. “Aku adalah User-Centred Designer. Aku menyebut diriku begitu karena aku fokus pada orang-orang yang menggunakan produk dan situs web - bukan pada desain visual atau teknologi terbaru.”

“Jadi apa yang Anda lakukan?” Tanya pemuda tersebut itu ingin tahu.

“Jika anda benar-benar ingin mencari tahu, anda tidak perlu bertanya kepada saya,” kata si desainer. “Anda harus bertanya klien saya.”

Desainer tersebut mengambil selembar kertas dari mejanya. Dia menuliskan beberapa nama dan nomor telepon dari buku alamatnya. “Ini adalah daftar

dari tiga orang yang saya telah bekerja dengan saya lebih dari satu tahun yang lalu. Mereka semua mengatakan mereka senang dengan pekerjaan yang telah saya lakukan untuk mereka dan mereka semua bersedia untuk bertemu dengan anda hari ini. Mengapa anda tidak mencoba menelpon mereka satu-persatu? “

Pemuda itu meninggalkan gedung dan berjalan keluar diantara dinginnya angin di musim dingin. Secercah sinar matahari sayup-sayup mulai membakar kabut di pagi itu. Saat ia menarik mantelnya lebih dekat, ia merasa sedikit bingung dan sedikit tidak nyaman. Dia mengharapkan untuk meninggalkan kantor desainer tersebut dengan sebuah manual, atau buku, atau semacamnya untuk dibaca. Dia tidak berharap untuk harus berbicara dengan pelanggan dari desainer tersebut.

Pemuda itu melihat nama pertama pada daftar yang diberikan desainer tersebut: Jane Sampson. Kemudian dia mencoba menelponnya.

Rahasia Pertama dari User-Centred Designer

Pemuda itu tiba di kantor Jane Sampson pagi itu. Resepsionis memintanya untuk menandatangani buku tamu sementara ia membuat panggilan telepon. Pemuda itu melepas mantelnya dan menggantungkannya pada hallstand di ruang tunggu. “Anda memiliki tamu untuk anda,” ia mendengar resepsionis berbicara dengan seseorang di seberang telepon.

Seorang wanita langsing dengan rambut pirang segera tiba di resepsionis. Dia mengulurkan tangannya dan memberi salam. “Saya Jane,” katanya hangat, sambil menjabat tangan pemuda itu. “Jadi anda sudah melihat si desainer spesial tersebut. Dia cukup berkarakter bukan?”

“Saya juga berpikir begitu,” pemuda tersebut mengakui hal itu dan tersenyum.

“Apakah dia memberitahu anda tentang menjadi User-Centred Designer?”
Tanya Jane.

“Ya,” kata pemuda itu. “Tapi dia tidak memberitahu saya lebih dari itu. Dia menyarankan saya mengunjungi anda dan dua klien yang lain.”

Jane membuka pintu ke ruang rapat dan mempersilahkan pemuda tersebut untuk mengambil kursi. “Nah, itu pasti cara ia berpikir,” kata Jane. “Ketika dia bekerja saat mendesain ulang perangkat lunak kami, hal itu juga membuatku bingung pada awalnya.”

Pemuda itu bertanya, “Apakah itu karena ia tidak berbicara tentang desain visual atau teknologi terbaru? “

“Tepat,” kata Jane.”Dia berbicara tentang pelanggan kami.”

“Bagaimana hal itu bisa membantu?”

“Yah,” jawab Jane, “Kami merancang perangkat lunak untuk membantu bisnis mengelola keuangan mereka. Dengan bantuan desainer tersebut, kami segera menyadari bahwa kami tidak benar-benar tahu bagaimana orang-orang menggunakan sistem kami.”

Saat Jane berbicara, pemuda itu mengeluarkan pena dan buku catatannya. Jane melanjutkan, “Beberapa orang di tim desain kami berpikir bahwa satu atau dua orang dalam sebuah perusahaan akan sering menggunakan perangkat lunak kami, sehingga mereka ingin desain yang mendukung penggunaan yang lebih kompleks. Orang lain berpikir bahwa produk kami akan sangat jarang digunakan oleh beberapa orang, sehingga mereka ingin desain untuk mendukung pemula.”

“Lalu, Kenapa hal itu jadi masalah?” Tanya pemuda itu.

“Karena perangkat lunak kami mencoba untuk melakukan kedua hal tersebut secara sekaligus, kami gagal total. Software tersebut tidak memenuhi kebutuhan siapa pun, baik pengguna yang ahli ataupun pemula.”

“Apa yang desainer tersebut lakukan untuk membantu anda?” Tanya pemuda itu.

“Langkah pertama adalah untuk mengidentifikasi pengguna sistem kami dan apa yang mereka ingin lakukan dengan software kami,” jawab Jane. “Dia menyaksikan orang-orang di kantor untuk melihat bagaimana mereka mengelola keuangan perusahaan dan mewawancarai beberapa dari mereka. Dia duduk di bagian customer service kami dan mendengarkan masalah dari pelanggan.”

“Apa yang dia temukan?”

“Dia membantu kami menyadari bahwa kita memiliki kelompok pengguna yang sangat berbeda dengan kebutuhan yang berbeda pula. Kami telah merancang perangkat lunak kami untuk digunakan oleh pengguna ‘rata-rata’, dimana kelompok tersebut tidak ada dalam pelanggan kami.”

“Jadi sekarang anda tahu untuk siapa anda merancang dan apa yang orang ingin lakukan dengan software tersebut?” Pungkas pemuda tersebut.

“Tepat sekali,” kata Jane. “Kami menciptakan profil pengguna – berbagai kebutuhan dari setiap jenis pelanggan - dan memastikan tim desain mengerti untuk siapa mereka merancang.”

Pemuda itu mengangguk. “Kedengarannya seperti anda mengembangkan persona,” katanya. “Saya telah menemukan orang-orang seperti itu sebelumnya.”

“Begitu juga kami,” timpal Jane. “Tetapi pendekatan User-Centred Designer berbeda. Dia membuat kita mendasarkan persona kami pada hasil dari penelitian - bukan pada asumsi kami tentang pelanggan. Saat ini, kami memiliki pepatah yang berlaku di kantor ini: ‘Mengandai-andai itu baik, tapi mencari tahu lebih baik’.”

Pemuda itu menyukai pepatah tersebut lalu menulis pepatah tersebut dalam buku catatannya.

“Apa yang desainer tersebut lakukan selanjutnya?” Tanya pemuda itu.

“Dia membantu kami membuat program kunjungan kepada pelanggan kami. Hal ini membantu kami mencapai tiga tujuan penting.”

Pemuda itu mencondongkan tubuhnya ke depan. “Tujuan apa itu?” Tanyanya semakin tertarik.

“Pertama,” kata Jane, “kita mulai memahami apa yang memotivasi pelanggan kami, sehingga kami dapat menciptakan persona. Kedua, kita memahami lingkungan di mana orang-orang menggunakan produk kami, seperti budaya perusahaan. Dan ketiga, kita mengembangkan metode rute merah.”

Pemuda itu tampak bingung pada Jane. “Rute Merah?” Tanyanya. “Apa itu rute merah?”

“Anda pasti telah melihat jalan raya dengan garis yang dicat kuning?” Tanya Jane.

“Tentu saja,” kata pemuda itu. “Itu berarti anda tidak diperbolehkan parkir di jalan itu.”

“Nah, di beberapa kota mereka menempatkan garis merah pada rute tertentu,” lanjut Jane. “Dengan menjaga jalan tersebut bebas dari hambatan seperti mobil yang diparkir, perjalanan pada rute-rute tersebut dapat dilewati dengan lancar dan lebih cepat. Pengemudi tidak diperbolehkan untuk berhenti di jalur merah, bahkan untuk satu menit. Menghentikan mobil anda pada rute merah berarti anda telah membuat sebuah kesalahan dan bersiap-siap ditilang oleh polisi lalu lintas yang bisa datang dari mana saja!”

“Bagaimana rute merah ini berlaku untuk perangkat lunak anda?” Tanya pemuda itu dengan wajah yang masih agak bingung.

“Software juga memiliki rute merah,” jelas Jane. “Ini adalah tugas penting yang orang-orang ingin lakukan — tugas yang perlu diselesaikan dengan lancar dan secepat mungkin . “

Pemuda itu berpikir sejenak dan berkata, “Jadi rute merah adalah perjalanan pengguna penting dengan produk?”

“Itu benar. Misalnya, membuat faktur untuk pelanggan adalah contoh dari jalur merah pada perangkat lunak kami,” kata Jane.

“Tetapi ada puluhan hal yang dapat anda lakukan dengan perangkat lunak anda. Apakah mereka semua termasuk dalam rute merah?”

“Tidak,” koreksi Jane, “Beberapa tugas yang jauh lebih penting daripada tugas yang lain. Disitulah ide rute merah membantu kita. Dengan berfokus pada rute merah, kita dapat memastikan bahwa fungsi yang kurang penting tidak mengacaukan interface. Fungsi-fungsi tersebut masih ada, tapi untuk menggunakannya pengguna mungkin perlu untuk pergi ke sebuah kotak dialog atau bagian lain dari interface.”

Pemuda itu diam sejenak dan kemudian berkata, “Aku bisa melihat bagaimana fokus pada rute merah membuat beberapa tugas lebih mudah. Tapi tidakkah hal ini membuat tugas-tugas lainnya lebih sulit untuk diselesaikan, karena anda telah menurunkan beberapa fungsi ke kotak dialog?”

“Ya tentunya akan begitu,” kata Jane. “Tapi desain yang baik adalah tentang membuat keputusan dan trade-offs. Tidak mungkin untuk membuat setiap tugas menjadi mudah. Anda harus memprioritaskan tugas-tugas yang penting. Itulah mengapa kita perlu melakukan penelitian dengan pelanggan kami : untuk memastikan kita berfokus pada tujuan yang benar “.

Pemuda itu melihat catatannya. Ia mengatakan, “Jadi kunjungan anda ke pelanggan membantu anda memahami untuk siapa anda merancang, apa yang orang ingin lakukan dengan perangkat lunak tersebut dan di lingkungan mana perangkat lunak tersebut akan digunakan.”

“Kau cepat belajar,” kata Jane. “Itu adalah rahasia yang pertama dari tiga rahasia desain yang berpusat pada pengguna. Di sini, kita lihat poster ini.” Jane menunjuk dinding di belakang pemuda itu.

Dia tidak melihat poster ini sampai sekarang. Poster menunjukkan mosaik wajah orang : ada ratusan wajah di poster itu. Dalam huruf tebal di bagian bawah poster itu ia membaca :

RAHASIA PERTAMA USER-CENTRED DESIGNER: FOKUS PADA AWAL DAN TERUS-MENERUS PADA PENGGUNA DAN TUGAS MEREKA

“Terima kasih,” kata pemuda itu. “Biarkan aku menulis kalimat itu, saya ingin ingat itu.”

Jane menyaksikan pemuda menulis di bukunya. Dia melihat dia berhenti, dan berkerut. Ia mencondongkan tubuh ke depan dan bertanya, “Apakah hal ini tidak menyita banyak waktu?”

“Tentu saja butuh waktu,” kata Jane.

“Jadi ini berarti proyek anda saat ini membutuhkan lebih banyak waktu.”

“Tentu saja tidak,” kata Jane.

“Aku tidak mengerti,” kata pemuda dengan ekspresi wajah yang bingung.


“Kami mengembangkan perangkat lunak kami dengan menggunakan proses yang disebut Agile,” jelas Jane. “Ini membantu kami lebih cepat dalam mengembangkan versi baru dan melakukan improvisasi dari perangkat lunak kami. Tetapi proses ini hanya bekerja jika kita tahu apa yang kita butuhkan untuk diperbaiki. Dengan berfokus pada pengguna dan tugas mereka, semua orang di tim tahu di mana untuk memusatkan kinerja mereka.”

“Jadi hal ini benar-benar menghemat waktu anda!” Tegas pemuda itu.

“Memang,” Jane setuju.

Pemuda itu punya pertanyaan lain. “Jika ‘fokus pada awal dan terus-menerus pada pengguna dan tugas mereka’ adalah rahasia pertama, lalu apa dua rahasia lainnya?”

Jane tersenyum dan melirik arlojinya. “Saya pikir sudah waktunya bagi anda untuk mengunjungi orang berikutnya dalam daftar Anda,” katanya.

A light gray silhouette of a person standing with their arms crossed, wearing a suit jacket, trousers, and shoes. The silhouette is centered on the page.

**RAHASIA PERTAMA USER-CENTRED DESIGNER:
FOKUS PADA AWAL DAN TERUS-MENERUS PADA PENGGUNA
DAN TUGAS MEREKA**

Rahasia Kedua dari User-Centred Designer

Setelah meninggalkan kantor Jane Sampson, pemuda tersebut berhenti di sebuah kafe untuk makan siang. Meskipun matahari sudah mulai terang, masih ada kabut yang cukup tebal dan udara masih terasa dingin, sehingga ia senang mendapatkan tempat duduk dekat radiator. Sambil minum kopi, ia merenungkan apa yang telah didengarnya. “Ini tentunya masuk akal,” pikirnya. “Setelah semua, bagaimana bisa anda menjadi desainer yang efektif jika anda tidak tahu untuk siapa anda sedang merancang atau apa yang orang ingin lakukan dengan produk yang anda ciptakan?”

Pemuda itu bertanya-tanya tentang dua rahasia lain yang masih harus ia pelajari. Dia sangat bersemangat, dan ia segera meninggalkan kafe untuk janji berikutnya dengan Peter Levy.

Pemuda itu tiba di tempat yang sudah ditentukan sedikit lebih awal. Setelah menunggu sebentar, ia bertemu seseorang yang ceria, bertubuh gempal dengan rambut gelap dan jenggot pendek di resepsionis. “Saya Peter,” kata pria itu. “Jadi anda sudah melihat si desainer spesial tersebut. Dia cukup berkarakter bukan? “

Dia sudah terbiasa dengan sebutan 'cukup berkarakter' untuk desainer spesial tersebut."

"Saya juga berpikir begitu," jawab pemuda itu.

"Dan dia mengirimmu berbicara dengan orang seperti saya untuk mencari tahu tentang desain yang berpusat pada pengguna," kata Peter sambil tersenyum. "Kedengarannya memang seperti dia - pendekatan yang sangat berpusat pada pengguna." Dia menunjukkan pemuda tersebut ke ruang pertemuan.

"Ya, saya sudah tahu tentang fokus pada pengguna dan tugas mereka," kata pemuda tersebut sambil melepas mantelnya. "Apa yang anda lakukan selanjutnya?"

"Anda perlu memastikan bahwa desain anda bekerja sesuai dengan yang orang-orang harapkan."

"Tentunya hal itu mudah," kata pemuda antusias. "Tidakkah anda hanya meminta orang-orang apa yang mereka pikirkan?"

Peter tidak menjawab pertanyaan tapi mengambil ponsel dari sakunya. Dia menyerahkannya kepada pemuda tersebut. Apa pendapat anda tentang ponsel ini?" Tanyanya.

Pemuda itu membalik ponsel tersebut di tangannya. “Yah, kelihatannya OK bagi saya,” katanya. “Apakah User- Centred Designer membantu anda merancang ini? Ini bagus dan kecil, dan saya suka tepi bulat.”

“Sekarang coba ketikkan nomor telepon anda,” kata Peter.

Pemuda itu mulai mengetik dan dengan cepat membuat kesalahan. “Tombol-tombol ini agak terlalu berdekatan,” katanya. “Saya terus menekan dua tombol sekaligus.”

“Itulah masalahnya,” kata Peter. “Anda harus waspada terhadap opini awal masyarakat. Jika anda ingin mengetahui apa ada masalah dengan produk anda, anda perlu untuk mengajak orang-orang untuk menggunakannya. Kami sudah mendapat ribuan dari ponsel ini dikembalikan oleh pelanggan sebagai suatu ‘kesalahan yang tidak ditemukan’.”

“Apa artinya ‘kesalahan yang tidak ditemukan’? “ Tanya pemuda itu.

Peter mendesah. “Ini ketika pelanggan melaporkan ponsel ini rusak tapi pada kenyataannya tidak ada yang salah. Ini benar-benar karena pelanggan memiliki masalah dalam mengoperasikannya, dan itu bukan hanya tombol pada ponsel ini, tetapi perangkat lunaknya juga.”

Pemuda itu menempatkan ponsel di atas meja. “Ponsel ini pasti telah banyak menghabiskan banyak biaya”

“Itulah mengapa kita memanggil User-Centred Designer untuk membantu memperbaikinya,” kata Peter.

Pemuda itu mengeluarkan buku catatan Moleskine miliknya dan berkata, “Jadi apa yang dia lakukan?”

“Ia mendirikan tes kegunaan (*usability test*). Dia meminta pelanggan kami untuk menggunakan ponsel tersebut dan kami mengawasi mereka saat mereka mengoperasikan ponsel. Kami melihat di mana mereka mengalami masalah,” kata Peter.

“Dan apakah pelanggan anda memberitahu anda apa yang harus diubah?”
Tanya pemuda itu.

“Dengan produk-produk seperti milik kita, orang-orang tidak selalu tahu apa yang dapat dicapai, sehingga mereka tidak tahu apa yang harus tanyakan. Ada pepatah dari Henry Ford yang ingin saya kutip: ‘Jika saya menanyakan pelanggan saya apa yang mereka inginkan, mereka akan meminta kuda yang lebih cepat.’”

Pemuda itu tersenyum dan menulis kutipan tersebut dalam buku catatannya. “Jadi bagaimana anda mendapatkan umpan balik pada bagian yang baik atau yang buruk dari desain anda?” Tanyanya.

“Kami meminta orang-orang untuk melaksanakan tugas-tugas khusus dengan desain kami. Pernahkah anda mendengar tentang rute merah?” Tanya Peter.

“Ya, aku pernah mendengar tentang rute merah. Mereka adalah tugas-tugas penting yang ingin diselesaikan orang-orang dengan produk.”

“Itu benar,” kata Peter. “Kami memberikan orang-orang produk kami dan meminta mereka untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut. Orang-orang berpikir keras ketika mereka bekerja sehingga kita tahu bagian mana dari interface yang membingungkan mereka.”

“Jadi anda mendapatkan komentar tentang kegunaan dari produk anda.”

“Ya,” jawab Peter. “Tapi itu belum semuanya. Dalam pengujian kami, kami juga mengukur kegunaan dari produk.”

Pemuda itu berhenti membuat catatan sejenak dan menatap Peter. “Anda mengukur kegunaan?” Tanyanya heran. “Bagaimana anda melakukan itu?”

“Dengan tiga cara,” jelas Peter. “Pertama, kita mengukur efektivitas: berapa banyak orang yang berhasil menyelesaikan rute merah dengan lancar.”

Pemuda itu berpikir dan kemudian berkata , “Karena jika desain mudah digunakan , lebih banyak orang dapat mencapai tujuan mereka.“

“Tepat sekali,” Peter setuju. “Kemudian, kita mengukur efisiensi: berapa lama waktu yang digunakan orang-orang untuk menyelesaikan tugas.“

“Karena jika desain yang mudah digunakan, orang-orang akan dapat mencapai tujuan mereka dengan cepat,” ujar si pemuda.

“Benar. Dan akhirnya, kita mengukur kepuasan: bagaimana orang-orang merasakan tentang desainnya“.

“Karena tidak ada gunanya memiliki desain yang bisa digunakan secara efektif dan efisien jika mereka tidak menyukainya,” kata pemuda itu.

“Kau cepat belajar,” kata Peter. “Sekarang anda mengetahui rahasia kedua dari User- Centred Designer.“ Saat ia berbicara, ia menunjuk sebuah poster di dinding. Poster itu menunjukkan seorang wanita melihat layar komputer. Dia sedang menonton video tes kegunaan dan membuat catatan. Dalam huruf tebal di bagian bawah poster, pemuda itu membaca:

**RAHASIA KEDUA DESAIN USER-CENTRED: PENGUKURAN EMPIRIS
DARI PERILAKU PENGGUNA**

“Biarkan aku menulis kalimat itu,” kata pemuda itu.

Setelah ia selesai mencatat, pemuda berhenti sejenak. Sesuatu jelas mengganggu pikirannya.

“Apa itu?” Tanya Peter.

“Setelah anda menjalankan tes anda, anda jelas menemukan masalah pada produk anda?” Tanya pemuda itu.

“Selalu,” kata Peter.

“Dan setelah anda memperbaiki masalah, anda perlu menguji sistemnya lagi?” Tanya pemuda itu.

“Itu benar,” kata Peter.

“Tapi tidakkah hal ini membutuhkan lebih banyak waktu?”

“Saya pikir anda sudah siap untuk mencari tahu tentang rahasia ketiga dari User- Centred Designer,” kata Peter.

A light gray silhouette of a person standing with arms crossed, wearing a suit jacket and trousers. The silhouette is centered on the page.

**RAHASIA KEDUA DESAIN USER-CENTRED:
PENGUKURAN EMPIRIS DARI PERILAKU PENGGUNA**

Rahasia Ketiga dari User-Centred Designer

Kembali di jalan, pemuda itu menyadari bahwa kabut telah mulai menghilang. Dia mengangkat kerah mantelnya melawan angin dan berpikir tentang apa yang baru saja dipelajari. “Pengujian kegunaan (*usability test*) tentunya masuk akal,” pikirnya. “Setelah semua, bagaimana anda bisa menjadi desainer yang efektif jika anda tidak melihat bagaimana orang menggunakan desain anda?”

Janji ketiganya adalah dengan Sofie Brown di sebuah perusahaan web desain. Seorang wanita yang berpakaian sangat rapi dan berusia sekitar 30-an bertemu dengannya di resepsionis. “Saya Sofie,” katanya sambil tersenyum. “Jadi desainer spesial telah mengirim anda kesini. Dia-“

“- cukup berkarakter!” Sela pemuda itu, lalu mereka berdua tertawa.

Sofie membawa pemuda tersebut ke ruang pertemuan dan mempersilahkan dia untuk duduk.

Pemuda itu berkata, “Saya baru saja mendengar tentang pengujian kegunaan. Hal ini tampaknya membuat semuanya jadi masuk akal, tetapi saya khawatir bahwa hal ini akan terlalu memakan waktu.”

“Mengapa anda berpikir seperti itu?” Tanya Sofie sambil duduk di kursinya.

“Karena ketika anda memperbaiki satu masalah, anda perlu menguji kembali sistem tersebut,” jawab pemuda itu.

“Kau benar sekali,” Sofie setuju. “Itu sebabnya kami menunda menulis kode untuk situs web kami selama mungkin.”

“Tapi bagaimana anda dapat menguji situs web jika anda tidak melakukan pengkodean itu?” Tanya pemuda itu.

“User-Centred Designer memperkenalkan kita kepada suatu teknik yang memungkinkan kita untuk menguji desain baru kami sangat cepat. Ini disebut prototyping kertas.”

“Bagaimana anda menguji prototipe kertas?” Tanya pemuda itu.

“Kami menunjukkan pengguna interface di kertas dan kemudian meminta mereka untuk menyelesaikan tugas dengan itu. Pengguna menekan tombol” - Sofie membuat tanda kutip isyarat di sekitar kata ‘tombol’ dengan telunjuk jari - “dan memilih opsi seolah-olah itu adalah sistem yang nyata.”

“Jadi anda menjalankan tes kegunaan pada prototipe kertas!” Tegas pemuda itu.

“Tepat,” Sofie setuju. “Kami menguji lagi dan lagi. User-Centred Designer mengajarkan saya bahwa rahasia desain yang baik adalah untuk membuat

banyak sketsa desain yang berbeda dan mengujinya. Lalu anda mengambil yang terbaik dari masing-masing sketsa dan menciptakan satu set desain yang baru.“

“Sedikit seperti evolusi oleh seleksi alam,“ kata pemuda itu.

“Kau cepat belajar,“ kata Sofie. “Bahkan, anda mungkin akan tertarik dengan pepatah kita di sini. ‘anda tidak bisa mendapatkan desain yang tepat sampai anda punya desain yang tepat’. Hal ini mengingatkan saya bahwa langkah pertama dalam desain adalah untuk menghasilkan banyak ide-ide yang berbeda. Anda kemudian memilih unsur-unsur terbaik dari masing-masing desain dengan menjalankan tes kegunaan. Inilah yang dimaksud dengan ‘mendapatkan desain yang tepat.’ Langkah selanjutnya adalah untuk memperbaiki desain: ‘anda punya desain yang tepat.’”

“Hal itu terdengar fantastis!“ Kata pemuda itu dan ia menulisnya dalam buku catatannya. “Apakah Anda membuat semua prototipe anda dengan kertas?“

Sofie mengatakan, “prototyping dengan kertas membantu kita memastikan bahwasanya kami mendapatkan arsitektur informasi yang benar - sehingga orang dapat menavigasi situs dan memahami terminologinya. Kemudian kita pindah ke prototipe elektronik, yang terlihat jauh lebih realistis tapi masih dalam tahap simulasi. Ini membantu kita mendapatkan desain visual yang benar dari halaman web.“

“Dan anda menggunakan prototipe elektronik untuk ‘mendapatkan desain yang tepat,’” kata pemuda itu.

“Itu benar,” kata Sofie. “Anda baru saja menemukan rahasia ketiga dari User-Centred Designer.”

Pemuda itu tersenyum dan mencari dinding untuk poster. “Saya tidak mengira anda akan menulisnya di suatu tempat, kan?” Tanyanya.

“Seperti yang terjadi,” kata Sofie, “Saya lakukan.” Dia berdiri dan mengajak pemuda itu untuk mengikutinya. Menuju koridor di luar ruangan ada sebuah poster di dinding. Poster ini menunjukkan sejumlah anak panah diatur dalam lingkaran. Pada bagian atas poster adalah kata-kata berikut:

RAHASIA KETIGA DESAIN USER-CENTRED: DESAIN YANG BERULANG-ULANG

“Biarkan aku menulisnya di buku catatanku,” kata pemuda itu, memutar halaman Moleskinenya.

Saat pemuda itu melirik catatan yang telah dibuatnya, sebuah pikiran muncul di benaknya. “Dapatkah saya mengajukan sebuah pertanyaan?” Tanyanya.

“Tanyakan saja,” kata Sofie.

“Ketika saya mengetahui tiga rahasia User-Centred Designer, mereka tampak sangat masuk akal.”

“Saya setuju dengan itu,” kata Sofie.

“Jadi, mengapa begitu sedikit perusahaan melakukan desain seperti ini?”
Tanya pemuda itu.

Sofie tersenyum. “Saya akan membiarkan anda menanyakannya kepada User-Centred Designer mengenai pertanyaan itu,” katanya.

A light gray silhouette of a person standing with arms crossed, wearing a suit jacket, trousers, and shoes. The silhouette is centered on the page and serves as a background for the text.

**RAHASIA KETIGA DESAIN USER-CENTRED:
DESAIN YANG BERULANG-ULANG**

The User-Centred Designer Explains

Saat pemuda itu meninggalkan kantor Sofie Brown, matahari sore rendah menghilang di balik gedung perkantoran. Matahari memberikan bayang-bayang panjang dan langit sore menjajikan matahari terbenam yang apik.

Pemuda itu berjalan kembali menuju kantor User-Centred Designer. “Perancangan desain kelihatannya metode yang sangat sederhana dan kuat,” pikirnya. “Setelah semua, bagaimana anda bisa menjadi desainer yang efektif jika anda hanya datang dengan satu atau dua desain?”

Dia sudah tak sabar untuk bertemu User-Centred Designer lagi. Tiga rahasia tampak begitu jelas baginya dan ia masih bertanya-tanya mengapa begitu sedikit perusahaan yang mengikuti pendekatan dengan metode ini. Dia berharap bahwa User-Centred Designer mungkin bisa memberitahunya lebih lanjut.

Ketika pemuda itu tiba di kantor desainer, ia mendapati si desainer sedang dalam percakapan dengan seorang rekannya.

Desainer tersebut melihat orang muda dan menyelesaikan percakapannya. Dia berjalan mendekat dan menjabat tangan pemuda itu. “Apa yang telah kamu temukan di perjalanan anda?” Tanya desainer.

“Banyak sekali!” Kata pemuda itu antusias sambil mengibas mantelnya.

“Katakan apa saja yang telah anda pelajari,” kata desainer itu saat mereka berjalan ke ruang pertemuan.

“Saya menemukan bahwa rahasia pertama untuk menjadi seorang User-Centred Designer adalah memiliki fokus awal dan terus-menerus pada pengguna dan tugas mereka,” kata pemuda itu. “Anda perlu mengunjungi pengguna anda, mengamati mereka saat mereka bekerja dan mewawancarai mereka. Anda kemudian menggunakan data yang telah anda kumpulkan untuk menciptakan persona dan rute merah dan menjelaskannya dengan tim desain.”

“Jadi apa yang anda pikirkan tentang semua itu?” Tanya desainer.

“Saya kagum melihat betapa sederhananya metode tersebut,” kata pemuda itu. “Dan saya terkejut bahwa banyak perusahaan yang tidak melakukannya.”

“Sebagian besar perusahaan berpikir mereka berpusat pada pelanggan,” jelas desainer, “tetapi ketika anda menanyakan kepada pelanggan mereka, sangat sedikit dari mereka yang setuju akan hal itu. Rahasia pertama User-Centred Designer memiliki empat komponen. Anda harus fokus pada pengguna, anda perlu memahami tugas pengguna, anda perlu melakukannya lebih awal, dan anda perlu melakukan penelitian secara terus menerus. Hanya beberapa

perusahaan yang berusaha berinvestasi pada masing-masing komponen tersebut.“

“Maksudmu mereka hanya membuat itu?“ Tanya pemuda itu.

“Saya tidak yakin mereka hanya berpikir seperti itu,“ kata si desainer.

“Mereka mungkin berpikir mereka tahu pengguna mereka karena seseorang di bagian tim desain yang pernah bekerja dengan pelanggan di masa lalu. Itu adalah awalnya, tetapi ini bukanlah penelitian. Data akan menjadi bias oleh persepsi satu atau dua orang saja.“

Pemuda itu berkata, “Jadi perusahaan tidak melakukan penelitian karena orang dalam organisasi hanya mengasumsikan bahwa mereka tahu apa yang terbaik bagi pelanggan?“

“Itu pengalaman saya,“ setuju desainer. “Dan ketika mereka melakukan penelitian, seringkali yang dilakukan bukanlah penelitian yang dibutuhkan untuk menciptakan desain yang lebih baik. Penelitian ini lebih sering berfokus pada mengungkap faktor-faktor demografis ketimbang benar-benar memahami tujuan pengguna dan motivasi mereka.“

“Sehingga perusahaan tidak bisa memahami pengguna dan tugas mereka,“ kata pemuda itu.

“Itu benar. Bahkan ketika perusahaan melakukan penelitian, mereka sering tidak melakukannya cukup awal atau mereka melakukannya hanya di awal atau akhir proyek.”

“Maksudmu mereka tidak melakukannya terus-menerus,” kata pemuda itu.

“Tepat sekali,” kata si desainer dengan anggukan kepalanya. “Jadi apa lagi yang anda pelajari?”

Pemuda itu membalik halaman buku catatannya. “Saya belajar bahwa rahasia kedua untuk menjadi seorang desainer yang berpusat pada pengguna adalah pengukuran empiris tentang perilaku pengguna. Mengapa tidak lebih banyak perusahaan melakukan hal ini?”

“Sebagian besar perusahaan melakukan semacam penelitian tentang produk mereka, dan mereka akan seringkali meminta pendapat pelanggan mereka dalam kelompok fokus,” kata desainer. “Tapi itu tidak cukup. Dengan produk-produk interaktif seperti perangkat lunak, situs web dan ponsel, yang terpenting bukanlah apa yang orang-orang katakan, tetapi yang terpenting adalah apa yang mereka lakukan. Jadi kegiatan seperti kelompok fokus tidak akan membantu anda menemukan masalah dengan produk anda.”

“Itulah mengapa anda perlu melakukan tes kegunaan,” kata pemuda itu.

“Dan itu juga mengapa anda perlu untuk mengukur kegunaan,” tambah desainer. “Dengan melakukan pengukuran dari kegunaan produk anda, anda akan tahu jika anda telah meningkatkan atau malah lebih buruk dibandingkan dengan desain sebelumnya atau dibandingkan dengan kompetisi. Anda dapat menetapkan indikator kinerja utama untuk kegunaan dan melihat bagaimana desain itu menumpuk.”

“Jadi masalahnya adalah bahwasanya beberapa perusahaan menjalankan tes kegunaan dan bahkan lebih sedikit mengumpulkan data kegunaan,” kata pemuda itu.

“Itu benar sekali,” kata desainer. “Apa lagi yang anda temukan?”

Pemuda itu kembali membalik-balik buku catatannya. “Saya belajar bahwa rahasia ketiga untuk menjadi seorang desainer yang berpusat pada pengguna adalah untuk merancang secara berulang-ulang. Itu berarti menciptakan banyak kertas dan prototipe elektronik, mengujinya dan kemudian mengubah desain berdasarkan umpan balik.”

“Jadi ada tahap desain yang berbeda sebelum kode apapun yang ditulis,” tambah desainer. “Bagaimana menurut anda?”

“Kedengarannya masuk akal, tapi bukankah tim desain yang paling tidak sudah membuat dua atau tiga versi dari desain interface?”

“Memang benar bahwa tim desain akan memberikan beberapa desain untuk sistem. Tapi kemudian keputusan yang manakah yang akan dikembangkan lebih cenderung terpengaruh oleh ‘The HIPPO’.”

“Apa itu ‘The HIPPO’?” Tanya pemuda itu.

Desainer itu tersenyum. “The Highest Paid Person’s Opinion (Opini orang yang membayar paling tinggi)” kata si desainer.

Pemuda itu lalu tertawa terbahak-bahak. “Jadi desain tersebut tidak diuji kepada pengguna?”

“Tidak sering,” kata desainer.

“Tetapi jika setiap iterasi diujikan kepada pengguna, perusahaan tidak akan memenuhi deadline mereka,” kata pemuda itu.

“Anda tidak perlu untuk mendapatkan umpan balik pengguna dari setiap iterasi. Ini tentang manajemen risiko (*Risk Management*): Anda melibatkan pengguna pada saat keputusan desain yang penting akan dibuat. Ada teknik lain yang dapat anda gunakan bersama pengujian kegunaan, seperti review dari ahli. Tetapi ini tidak dapat sepenuhnya menggantikan pengujian kegunaan.”

“Apa perbedaan antara review dari ahli dan tes kegunaan?” Tanya pemuda itu.

Desainer tersebut menjelaskan, “Dengan review para ahli, seorang ahli kegunaan memeriksa desain dan membandingkannya terhadap seperangkat prinsip-prinsip desain yang telah diakui. Ahli tersebut tidak meminta pengguna untuk mengevaluasi sistem, melainkan mencoba untuk masuk ke dalam pikiran si pengguna.”

“Apa yang saya dengar dari yang anda katakan adalah bahwasanya hal itu adalah teknik yang berharga tetapi tidak akan pernah untuk menggantikan pengujian pengguna,” kata pemuda itu.

Desainer itu menatap si pemuda dan berkata, “Saya terkesan dengan anda, anak muda. Kau cepat belajar” desainer itu berhenti sejenak dan kemudian berkata: “Bagaimana, anda ingin bekerja di sini?”

Pemuda itu meletakkan buku catatannya dan menarik napas. Hal ini, tentu saja apa yang telah ia harapkan selama ini.

“Aku ingin bekerja di sini,” ia tersentak.

Dan dia melakukannya-untuk beberapa waktu .

Waktu yang telah diinvestasikan desainer spesial dalam dirinya telah lunas. Karena pada akhirnya, dan tak terelakkan lagi.

Dia juga menjadi telah menjadi User-Centred Designer.

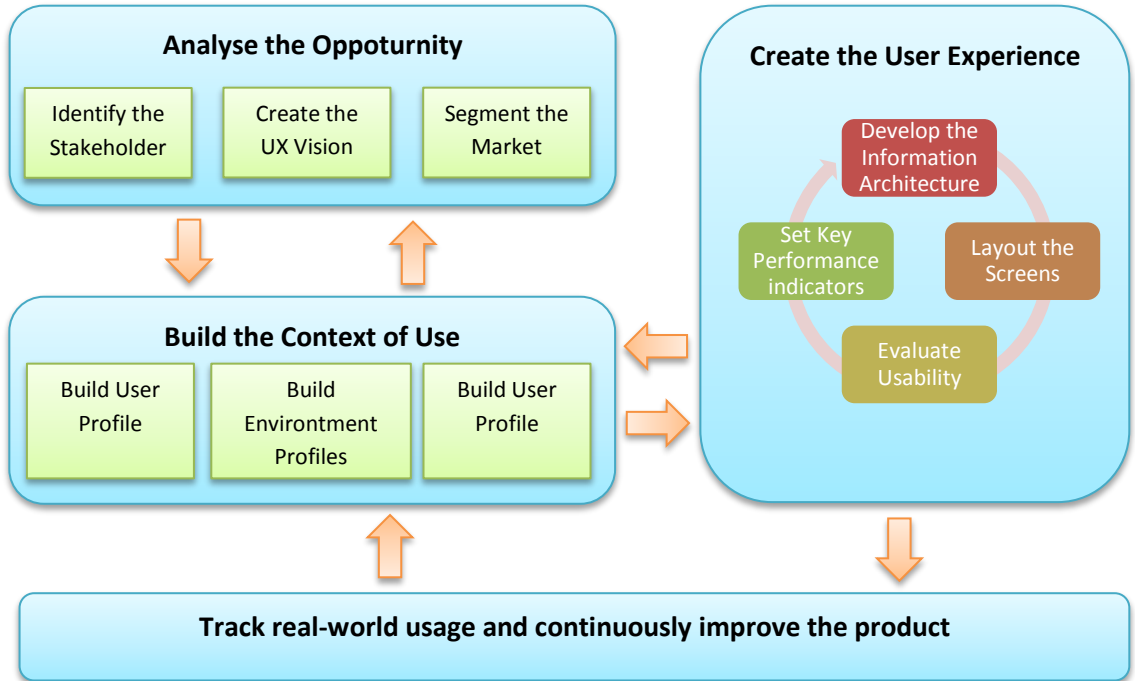
Ketika ia memulai sebuah proyek desain baru, ia memastikan bahwa tim desain memiliki fokus awal dan terus-menerus pada pengguna dan tugas mereka.

Dia memastikan bahwa tim desain melakukan pengukuran empiris pada perilaku pengguna.

Dan ia juga memastikan bahwa tim desain merancang secara berulang-ulang.

Dia ingat janjinya pada User-Centred Designer untuk berbagi pengetahuannya. Dia menciptakan diagram untuk memudahkan orang disekitarnya untuk menjadi desainer yang berpusat pada pengguna dan dia memberikannya sebagai hadiah untuk semua orang yang bekerja dengannya.

Tahapan User-Centred Design



User-Centred Designer yang Baru

Beberapa tahun kemudian, pria itu mengingat kembali pada saat ia pertama kali mendengar tentang prinsip-prinsip desain yang berpusat pada pengguna. Sepertinya waktu yang lama. Dia senang telah menuliskan apa yang ia pelajari dari User-Centred Designer.

Dia telah menuliskan catatannya ke dalam buku, dan telah memberikan kopian kepada banyak orang.

Tiba-tiba, telepon berdering. “Maafkan saya telah menelpon anda”, ia mendengar suara wanita berkata malu-malu, “tapi saya ingin belajar bagaimana menjadi seorang desainer yang lebih baik.”

Dan segera ia menemukan dirinya sedang berbicara dengan seorang pemuda yang cerdas. “Saya senang untuk berbagi pendekatan desain saya dengan anda”, User-Centred Designer baru mengatakan, karena ia mempersilahkan tamunya untuk duduk. “Saya hanya akan meminta satu permintaan dari Anda.”

“Apa itu?” Tanya tamu tersebut.

“Cukup,” desainer memulai perkataanya, “bahwa ANDA AKAN MEMBAGINYA DENGAN ORANG LAIN.”

Tentang Penulis

David Travis adalah Direktur Pengurusan di Userfocus (www.userfocus.co.uk), sebuah konsultan independen yang mengkhususkan diri dalam pelatihan kegunaan dan konsultasi kegunaan. David memegang gelar BSc (Hons) dan gelar PhD di bidang Psikologi. Afiliasi profesional dari David termasuk anggota dari British Psychological Society, Experimental Psychology Society Usability Professionals Association. Dia adalah seorang psikolog dan telah bekerja di bidang psikologi dan desain interface pengguna selama lebih dari 20 tahun. Dia telah menerbitkan lebih dari 30 makalah ilmiah, termasuk tiga buku, dan seminar yang dipimpin dan tutorial di international symposia. Buku terbarunya, E-commerce Usability, diterbitkan pada tahun 2003.

David mengkhususkan diri dalam desain dan evaluasi sistem hardware dan software yang ditujukan untuk pengguna non-teknis dan dia telah tercatat lebih dari empat ratus jam di laboratorium kegunaan. Anda dapat menghubungi David di Twitter dengan mengikuti @userfocus.