

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Internet merupakan salah satu kemajuan teknologi informasi. Perkembangan internet dapat mempengaruhi seluruh bidang kegiatan yang ada, salah satunya pemasaran. Sebagian besar perusahaan menggunakan Internet sebagai media pemasaran. Pemasaran digital memungkinkan penyampaian pesan lebih cepat dibandingkan dengan pemasaran tradisional seperti spanduk dan brosur (Setyowati, 2022, hlm. 21). *Website* menjadi salah satu media utama dalam strategi pemasaran digital yang berfungsi sebagai media informasi dan media interaksi dalam memasarkan layanan kepada pelanggan. Ketika mengunjungi suatu *website*, pengguna mengharapkan kemudahan dalam penggunaannya, yang pertama kali terlihat melalui tampilan *User Interface*.

*User Interface* dapat berpengaruh pada kerentanan interaksi pengguna. Menurut (Norman & Nielsen, 2017), pengguna cenderung meninggalkan situs web yang sulit digunakan atau memiliki desain kurang tidak menarik, yang dapat merugikan bisnis secara signifikan. Hal ini menunjukkan pentingnya peran *User Interface (UI)* yang baik pada tampilan *website*. Estetika visual memiliki peran penting dalam membangun interaksi karena jika *User Interface* yang dirancang kurang baik maka dapat menghalangi pengguna untuk mengunjungi *website* kembali (Hartadi dkk., 2020, hlm. 106).

Dalam pembuatan *website* diperlukan merancang antarmuka pengguna (*User Interface Design*) atau disingkat dengan *UI Design*. *UI Design* merupakan

proses yang digunakan desainer untuk membangun antarmuka yang berfokus pada penampilan (Yursal & Sari, 2023). Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain UI yaitu dari kesatuan (*unity*), penekanan (*emphasis*), urutan (*sequence*), dan keseimbangan (*balance*) (Rustan, 2017). Desain UI yang baik tidak hanya berfokus pada estetika dan visual saja tetapi juga memastikan kemudahan penggunaan, navigasi intuitif dan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Desain *User Interface* yang inovatif dapat memberikan berbagai manfaat bagi Perusahaan seperti meningkatkan kepuasan pengguna serta dapat memperpanjang durasi kunjungan.

Pada perancangan desain UI yang inovatif diperlukan metode yang terstruktur sebagai gambaran proses desain. *Design thinking* memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Metode *Design Thinking* adalah metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pengguna (*User*). Tahapan yang ada dalam *design thinking* yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Ford, 2010).

Metode *Design Thinking* berfokus pada pengguna karena memiliki empat faktor, yaitu: *People Centered* berarti berdasarkan pengguna, *Highly Creative* berarti dapat menggunakan kreativitas sebeb-bebasnya, *Hands On* berarti melakukan percobaan langsung tidak hanya teori, dan *Iterative* melakukan percobaan langsung untuk berimprovisasi (Ilham dkk., 2021, hlm. 18). Metode *Design Thinking* juga dikenal sebagai proses pengumpulan ide yang berulang, dan pendekatan ini dapat meningkatkan kegunaan *website* karena didasarkan pada empati pengguna.

Sakala Studio merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan videografi yang menyediakan layanan jasa foto dan video kepada pelanggan untuk mengabadikan momen-momen berharga. Jasa yang ditawarkan Sakala Studio antara lain foto wisuda, foto pernikahan, foto prewedding, foto maternity, cetak foto, makeup dan jasa fotografi studio lainnya.

Sakala Studio saat ini sedang menghadapi persoalan dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna yang terdapat pada situs web sistem informasi pemasaran. Situs web Sakala Studio saat ini memiliki desain *User Interface* yang kurang optimal, desain yang kurang menarik dan hanya fokus pada halaman *homepage* dan detail *pricelist* membuat pengguna (*customer*) sering kali mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang dicari serta tata letak yang tidak responsif terhadap kebutuhan pengguna (*Customer*), sehingga berdampak negatif pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penurunan jumlah pengunjung pada situs web merupakan salah satu dampak yang disebabkan karena kurangnya penerapan metode inovatif dalam desain *User Interface* situs web Sakala Studio. Perbaikan *User Interface* yang inovatif dan *user friendly* diperlukan untuk memenuhi kebutuhan strategi pemasaran Sakala Studio serta dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Perbaikan UI terletak pada pembaharuan desain website yang lebih menarik, tambahan halaman website, dan informasi yang lebih lengkap.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan perancangan desain User Interface inovatif menggunakan pendekatan Design Thinking sehingga peneliti dapat memahami dan menghasilkan solusi yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penelitian dilakukan dengan judul

"Desain Inovatif User Interface Menggunakan Metode Design Thinking Pada Situs Sistem Informasi Pemasaran Pada Sakala Studio"

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana mendesain User Interface yang inovatif dan responsif dengan metode Design Thinking untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efektivitas pemasaran pada website Sakala Studio.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Merancang user interface (UI) yang inovatif dan responsif pada sistem informasi pemasaran Sakala Studio dengan menggunakan metode *Design Thinking*.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam mengembangkan ilmu *Design Thinking*, khususnya pada desain *User Interface* yang inovatif. Dengan memahami kebutuhan pengguna melalui pendekatan *Design Thinking*, penelitian ini memberikan panduan praktis bagi desainer untuk menciptakan antarmuka yang lebih efektif dan *user-friendly*.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan solusi atas permasalahan yang timbul di Sakala Studio.

## **1.4 Metode Penelitian**

Metode penelitian dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu perumusan Obyek Penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data dengan uraian singkat sebagai berikut:

### **1.4.1 Obyek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah Sakala Studio yang terdapat di Pedurungan Semarang.

### **1.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah:

#### **1. Studi Literatur**

Pada tahap kegiatan ini, peneliti mempelajari berbagai sumber teori seperti jurnal, skripsi referensi penelitian terdahulu dan buku penunjang kajian yang sesuai dengan permasalahan yang ditemukan. Sumber teori yang dibutuhkan yaitu User Interface (UI), *Design Thinking*, *User Persona*, dan *System Usability Scale (SUS)*.

#### **2. Observasi**

Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap website pemasaran Sakala Studio. Pengamatan dilakukan pada tampilan website yang berupa tampilan visual, responsivitas dan informasi yang disajikan.

### 3. Wawancara

Suatu metode yang dilakukan dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak Sakala Studio. Wawancara dilakukan dengan karyawan Sakala Studio yang membahas tentang kebutuhan penelitian seperti penggunaan website, keluhan pelanggan, sistem pemasaran dan keinginan team Sakala Studio.

#### 1.4.3 Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode design thinking yang merupakan suatu metode untuk memecahkan suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda. Design thinking meliputi lima tahapan diantaranya yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Tahap – tahap perancangannya adalah:

##### 1) Tahap Empathize

Pada tahap ini data dikumpulkan melalui observasi website secara langsung, studi literasi dan wawancara dengan karyawan Sakala Studio.

##### 2) Tahap Define

Tahap ini berfokus pada mengkaji hasil wawancara dan observasi serta mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan cara penyelesaian masalah.

##### 3) Tahap Ideate

Tahap ini dilakukan untuk mengembangkan ide – ide desain yang inovatif serta membuat sitemap untuk mengelola ide – ide.

#### 4) Tahap Prototype

Pada tahap ini merupakan pembuatan *wireframe* dan *visual design prototype* dari solusi yang didapatkan dengan menggunakan *tools* prototipe Figma.

#### 5) Tahap Test

Tahap ini fokus pada pengujian prototipe desain UI dan mendapatkan umpan balik pengguna untuk menyempurnakan desain.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan yang membahas menjadi 5 bab, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang teori-teori yang terkait dengan masalah yang diteliti.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam melakukan perancangan User Interface pada sistem informasi pemasaran Sakala Studio.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang analisa dan tahapan-tahapan perancangan berdasarkan metode yang digunakan dan hasil dari implementasi yang telah dilakukan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang didapatkan selama penelitian dan juga saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.