

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peningkatan pengguna internet yang meningkat pada temuan riset “Digital 2022: Another Year of Bumper Growth” yang menunjukkan bahwa di Indonesia saja sudah memiliki 204,7 juta menggunakan internet, dengan durasi rata-rata waktu pengguna internet mencapai 8 jam 36 menit setiap harinya (Maulana et al., 2023:2). Perkembangan internet ini, yang juga merupakan perkembangan teknologi informasi, menghadirkan berbagai media dalam berinteraksi melalui internet (Hasbi & Komariah, 2022:99). Pada era digital saat ini, setiap bisnis harus pintar dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk berinteraksi dengan customer atau penggunanya (Purwanti et al., 2020:1). Aziz (2012:35) menjelaskan bahwa teknologi informasi berperan penting dalam mengembangkan industri dan mentransformasikan bagaimana bisnis dijalankan. Beberapa pemanfaatan teknologi informasi yang bisa diterapkan oleh sebuah bisnis adalah pengembangan *website* untuk menyediakan layanan-layanannya. Salah satu bisnis terkemuka yang telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi ini adalah Telkomsel.

Telkomsel adalah salah satu merek GSM dan UMTS operator jaringan selular telepon yang beroperasi di Indonesia. Telkomsel telah melayani negeri ini secara konsisten sejak tahun 1995, menghadirkan akses telekomunikasi bagi masyarakat Indonesia di seluruh penjuru, dari Sabang sampai Merauke dengan 178 juta pelanggan setianya (Nizar, 2019:1). Telkomsel memiliki satu layanan yang menyediakan bisnis untuk perusahaan besmar sampai komunitas yang sudah terjun dalam dunia digital, layanan bisnis ini disediakan untuk memberikan beberapa layanan seperti keamanan jaringan, digital *workspace*, penyimpanan data, dan *internet of things*.

Hapsari (2023:1) memberikan penjelasan singkat mengenai media *exposure* yang dapat memberikan potensi dalam mendiseminasikan sekaligus mempromosikan layanan yang diberikan kepada pengguna nantinya. Dalam

meningkatkan media *exposure* dari sebuah situs *web*, dapat dilakukan redesain atau perancangan ulang didalam *website* tersebut.

Beberapa alasan muncul untuk memvalidasi tujuan perancangan ulang sebuah *website*, alasan tersebut seperti pertimbangan tujuan utama dari sebuah *website* dan bagaimana desain dan konten dapat selaras dengan tujuan dan kebutuhan dari pengguna (Shelstad, 2005:1). Alasan lain yang sama pentingnya untuk merancang ulang sebuah *website*, dan alasan yang melandasi penelitian ini, adalah untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna yang bisa berdampak pada *exposure* atau atensi dari pengguna dan meningkatkan jumlah pengguna situs yang berkunjung kembali (Crutzen et al., 2009:277; Udo & Marquis, 2002:1).

User Experience, atau yang dikenal sebagai pengalaman pengguna, merupakan keseluruhan aspek yang berkaitan di saat pengguna sebuah *website* menggunakan *website* tersebut. Pengalaman tersebut meliputi kinerja yang mudah dipahami, bagaimana perasaan ketika menggunakan *website*-nya. Pengalaman pengguna ini dicapai dari interaksi pengguna dengan *user interface* atau antarmuka dari *website* (Albert et al., 2021:1).

Perancangan ulang desain *website* Telkomsel Enterprise, yaitu melakukan pengujian *website* menerapkan metode *System Usability Scale* (SUS). SUS ialah metode pengujian sebagai alat evaluasi yang mengukur tingkat usability pada produk perangkat lunak. Skala likert digunakan dalam metode SUS dan terdapat sepuluh pernyataan sederhana yang dirancang untuk memberikan gambaran keseluruhan tentang evaluasi subjektif terhadap tingkat kegunaan. Hasil pengujian *website* Telkomsel Enterprise dijadikan sebagai dasar untuk menerapkan metode *design thinking* untuk merancang ulang desain dan Figma sebagai alat bantu untuk mendesain *website* Telkomsel Enterprise.

Setelah mengetahui permasalahan yang dimiliki Telkomsel Enterprise dengan memanfaatkan metode SUS, penulis bertujuan untuk merancang ulang situs *website* Telkomsel Enterprise dengan fokus pada peningkatan *exposure* pada *website*, dan memperbaiki pada aspek desain sesuai hasil wawancara dengan ahli desain, serta integrasi fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

Design thinking merupakan metodologi atau pendekatan pemecahan masalah yang menempatkan kebutuhan dan pengalaman pengguna sebagai pusat dari proses desain. Proses *design thinking* dimulai dengan tahap *emphatize*, yang berfokus pada berempati untuk mengetahui pandangan dan kebutuhan pengguna. Tahap kedua adalah *define*, di mana masalah dijabarkan berdasarkan informasi dari *emphatize*. Tahap ketiga, *ideate*, melibatkan pengembangan ide dan pencarian solusi yang relevan dengan masalah yang telah diidentifikasi, yaitu pembuatan desain *wireframe*. Tahap keempat adalah *prototype* yaitu melakukan pembuatan desain *hi-fidelity* dan *prototype* desain *website*. Tahap kelima adalah *testing* yaitu dengan melakukan pengujian terhadap prototipe dengan menerapkan metode SUS. Tahap terakhir adalah *implement* yaitu mengimplementasikan tampilan kepada pengguna.

Perancangan ulang situs *website* Telkomsel Enterprise menggunakan metode *design thinking* untuk meningkatkan *exposure* dengan menggunakan *prototype* yang sudah sesuai dengan pengguna dan pengujian *prototype* menggunakan metode *system usability scale*.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

- Terdapat kebutuhan akan meningkatkan *exposure* media untuk meningkatkan pengetahuan pengguna mengenai layanan bisnis yang ditawarkan oleh Telkomsel Enterprise.
- Memerlukan perbaikan dari segi aspek desain pada situs *website* Telkomsel Enterprise.

1.2.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang ulang situs *website* Telkomsel Enterprise untuk meningkatkan *exposure* situs *website* Telkomsel Enterprise.

1.3. Ruang Lingkup

Batasan masalah dibuat agar penelitian ini terfokus pada permasalahan dan tujuannya:

A. Apa?

Perancangan ulang *website* Telkomsel Enterprise.

B. Siapa?

Ditujukan kepada *stakeholder* Telkomsel Enterprise.

C. Dimana?

Penelitian dilakukan secara *hybrid* survei online dan wawancara *on-site* dengan ahli desain di Purwokerto, Banyumas.

D. Kapan?

Penelitian dilakukan terhitung dari bulan Januari - April 2024.

E. Kenapa?

Perlunya meningkatkan *exposure* pada situs *website*, perbaikan pada aspek desain, dan integrasi fitur-fitur yang relevan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

F. Bagaimana?

Peningkatan *exposure* pada situs *website* dilakukan dengan melakukan wawancara pra-riset oleh para ahli serta penyebaran kuesioner menggunakan *System Usability Scale* (SUS) kepada pengguna *website* telkomsel enterprise.

1.1. Tujuan

- Mengidentifikasi dan menetapkan masalah yang dihadapi pengguna saat menggunakan *website* Telkomsel Enterprise.
- Merancang rekomendasi tampilan berdasarkan dengan hasil analisis *user interface*.

1.2. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

1.2.1. Pengumpulan Data

A. Observasi

Observasi adalah metode penelitian yang sering digunakan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan hal-hal yang diamati dalam lingkup terbatas. Teknik ini juga memiliki ciri khas karena tidak hanya terbatas pada manusia sebagai responden, tetapi juga dapat mencakup objek-objek di

sekitarnya (Barlian, 2016:2). Observasi dilakukan untuk memahami kinerja dari objek penelitian.

B. Wawancara

Wawancara biasa dilakukan dalam bentuk formal, namun tidak menutup bentuk non-formal, di mana peneliti akan bertanya terhadap narasumber untuk menggali informasi yang diperlukan. Unsur umum dari wawancara mencakup pembukaan, maksud wawancara, pertanyaan deskriptif, waktu untuk narasumber menjawab dan memperluas pembicaraan terutama tentang tujuan penelitian, dan penutupan (Barlian, 2016:4). Wawancara dilaksanakan untuk mengetahui permasalahan dan aspek-aspek yang harus diperhatikan untuk hasil penelitian nantinya.

C. Survey

Survey atau angket merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti menggali jawaban dari responden melalui penggunaan kuesioner atau serangkaian pertanyaan yang diberikan (Barlian, 2016:5). Survey pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui urgensi dari permasalahan penelitian.

D. Studi Literatur

Studi literatur dapat dilaksanakan dengan tujuan agar menambah wawasan tentang teori pada penelitian (Barlian, 2016:5). Pengumpulan data literatur pada studi ini dilakukan untuk menambah wawasan seputar informasi tambahan terkait objek penelitian dan teori substantif.

1.2.2. Analisis Data

A. Matriks SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebuah strategi organisasi saat dibandingkan dengan kompetisinya (Teoli et al., 2023:1).

Penggunaan matriks SWOT untuk merancang ulang *website* Telkomsel Enterprise berguna untuk mengetahui komponen apa saja dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari layanan bisnis yang diberikan oleh Telkomsel

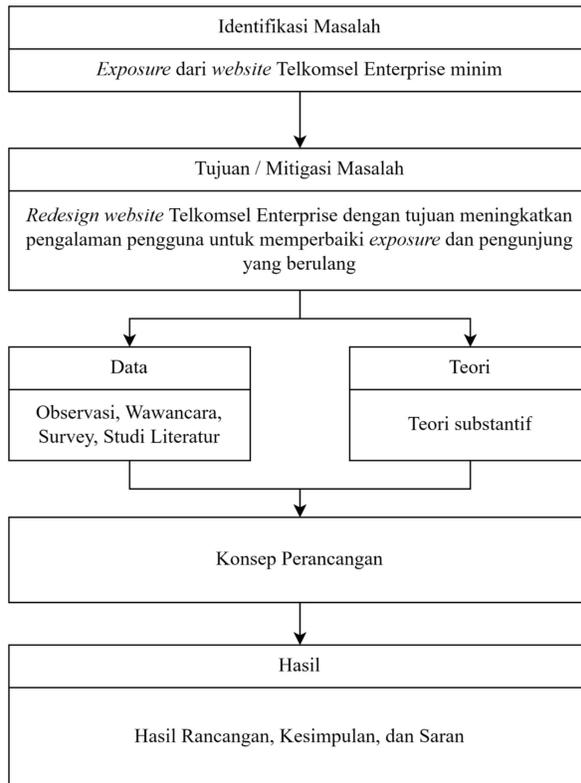
Enterprise. Dengan itu, penulis bisa memahami lebih detail dan menyusun strategi kreatif agar bisa memberikan efektifitas yang baik untuk layanan bisnis Telkomsel Enterprise.

B. Matriks Perbandingan

Matriks perbandingan digunakan untuk membuat perbandingan antara sebuah kasus dengan yang lain (Barlian, 2016:8).

Penggunaan matrix perbandingan untuk merancang ulang *website* Telkomsel Enterprise berguna untuk mengetahui perbedaan apa dari segi kinerja *website* yang sudah dirilis untuk umum, dengan itu penulis bisa mendapatkan komponen-komponen penting apa saja yang bisa ditingkatkan untuk situs *website* Telkomsel Enterprise.

1.3. Kerangka



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Data Pribadi

1.4. Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan informasi awal terkait pemaparan fenomena yang terjadi pada lingkungan sekitar penelitian, latar belakang fenomena tersebut, identifikasi masalah yang ada, batasan atau ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, dan pembabakan singkat terkait setiap bab.

BAB II DAFTAR PEMIKIRAN

Bab ini berisikan teori-teori yang selaras dengan penelitian. Teori dikumpulkan melalui berbagai literatur ilmiah yang relevan.

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan pemaparan data yang telah dikumpulkan melalui observasi, survey, dan wawancara. Kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut untuk menghasilkan analisis matriks perbandingan dan SWOT. Kesimpulan ditarik dari data-data tersebut.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisikan proses perancangan desain dan hasil yang telah selesai dikerjakan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran.