

REDESAIN WEBSITE VISIT JAWA TENGAH

Wiem Khalifa Zahra, Auria F. Yogananti

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komuter, Universitas Dian Nuswantoro
Email: 114201602304@mhs.dinus.ac.id yogananti.au@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 27 Juli 2020

Disetujui : 20 Agustus 2021

Kata Kunci :

Desain Antarmuka, Desain Ulang,
Situs Web, Pariwisata, Jawa
Tengah

ABSTRAK

Sektor Pariwisata Jawa Tengah mempunyai *website* pemasaran wisata untuk menarik banyak wisatawan berkunjung ke Jawa Tengah, yaitu visitjawatengah.jatengprov.go.id yang dikelola oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, namun *website* ini tidak optimal, membuatnya tidak muncul di halaman pertama pencarian Google dengan kata kunci “Pariwisata Jawa Tengah” sejak 2018. Hal ini didukung dengan pernyataan Bapak Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah bahwa *website* tersebut terlihat kurang informatif, kurang komunikatif, dan kaku, sehingga dapat disimpulkan perlu adanya desain ulang untuk *website* Visit Jawa Tengah untuk menarik lebih banyak pengunjung *website*. Pengumpulan data melalui metode kuantitatif dengan beberapa responden untuk mencari frekuensi dan presentase tanggapan mereka, juga melalui metode kualitatif dengan wawancara beberapa staff dinas terkait, lalu data tersebut dianalisis dengan teori 5W1H. Dari pengumpulan data tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa *website* Visit Jawa Tengah perlu memperbaiki *user interface website* dan beberapa elemen, yaitu tata letak konten foto, penambahan tampilan artikel terpopuler, Google Maps, jumlah pengunjung *website*, dan *layout website* secara umum. Adanya desain ulang *website* Visit Jawa Tengah ini dilakukan agar menjadi lebih informatif dan komunikatif, sehingga lebih menarik dan lebih ramah pengguna.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 27 July 2020

Accepted : 20 Agustus 2020

Keywords:

User Interface, Redesign, Website,
Tourism, Central Java

ABSTRACT

Central Java tourism sector owns a website to promote tourist attraction in Central Java, which is visitjawatengah.jatengprov.go.id, managed by Jawa Tengah Provincial Youth, Sport, and Tourism Office, however, the website does not work well and does not appear on Google search engine with “Central Java Tourism” as a keyword since 2018. Moreover, the governor of Central Java also commented that the website is not informative, less communicative, dan stiff, so it can be concluded that the website needs to be redesigned, in order to lure more people, especially tourists, to visit Central Java. This study uses the quantitative and qualitative method to collect data, taken from doing surveys towards some users to define the percentage of their answers, and also from interviewing staff from the office, then the data is analyzed with 5W1H theory. Based on the data collected, it can be defined that the user interface of Visit Jawa Tengah website needs to be regenerated with some elements fixed too, involving the layout of the website’s content, adding ‘most popular article’ feature, Google Maps, website visitors count, and website’s layout in general. This activity is aimed to make Visit Jawa Tengah website provide more informative and communicative content so that it will look attractive and be user-friendly.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang penting untuk dikembangkan secara sinergi sebagai sektor unggulan, karena kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan tanggapan masyarakat sekitarnya baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka. Pengembangan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta bertujuan untuk meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Hal ini dikarenakan kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka. Menurut Kemenpar, pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam mempromosikan citra pariwisata Indonesia di dunia internasional belum optimal, hal ini dikarenakan para pemangku kepentingan pariwisata Indonesia yang belum mempunyai kesadaran dan tidak mempunyai kemampuan untuk menyikapi tren perkembangan teknologi dan informasi tersebut. Dilansir melalui *website* Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika milik Kementerian Komunikasi dan Informatika, kehadiran teknologi berperan penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai hal, termasuk sektor pariwisata. Fransiskus Xaverius Teguh, Asisten Deputi Manajemen Strategis Kementerian Pariwisata, dalam acara *Focus Group Discussion* dengan tema Teknologi dan Kepariwisata di Jakarta pada tahun 2019 lalu, mengatakan bahwa teknologi telah terbukti mampu mempengaruhi dan membentuk cara seseorang dalam melakukan kegiatan wisata yang meliputi perencanaan perjalanan, saat dalam perjalanan, sampai dengan saat kembali dalam perjalanannya.

Di Provinsi Jawa Tengah sendiri terdapat Sektor Pariwisata yang telah melakukan beberapa upaya pemasaran wisata, salah satunya adalah dengan mengoperasikan *website* khusus yaitu *visitjawatengah.jatengprov.go.id* yang dikelola oleh Seksi Sarana Pemasaran, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah yang bertujuan untuk menarik banyak wisatawan khususnya yang berasal dari nusantara berkunjung ke Jawa Tengah. Dalam mengelola *website* tersebut, Bidang Sarana Pemasaran menggunakan situs *woorank.com* untuk mengetahui pengunjung yang membuka *website* tersebut yang disebut sebagai *visit* atau *session* yang terangkum dalam *web traffic* Visit Jawa Tengah dan situs tersebut memberikan skor sebesar 47 dengan skala 1 sampai 100 yang merupakan representasi dari *Internet Marketing Effectiveness* yang dimiliki oleh Pemerintah Sektor Pariwisata Jawa Tengah melalui *website* Visit Jawa Tengah. Angka tersebut bukanlah angka yang tinggi dan bukan pula yang diinginkan oleh Sektor Pariwisata, bahkan angka tersebut juga tidak mencapai setengah dari nilai penuh yang ada. Sektor Pariwisata Pemerintah Jawa Tengah, yang sebelumnya berada dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, pernah memenangkan *award* sebagai *website* pemerintahan terbaik se-Indonesia versi Serikat Perusahaan Pers (SPS) dalam Indonesia Tourism Award and Summit tahun 2014 dan *website* tersebut menjadi cukup populer hingga muncul di halaman pertama dalam pencarian di Google dengan kata kunci “Pariwisata Jawa Tengah” pada tahun yang sama. Akan tetapi, pada awal tahun 2019, *website* tersebut sempat *down*, hingga tidak dapat diakses oleh pengguna. *Website* tersebut baru kembali dioperasikan pada pertengahan tahun 2019, namun belum kembali eksis seperti sebelumnya yang membuatnya tidak tampak dalam hasil pencarian Google di halaman pertama dan baru muncul pada halaman kedua.

Kasi Seksi Promosi, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, mengatakan bahwa Bapak Ganjar Pranowo meminta dibuatkan desain web agar destinasi wisata di Jawa Tengah bisa ramai dan menyiratkan bahwa *website* Pariwisata Jawa Tengah kurang informatif, kurang komunikatif, dan terlihat kaku karena sangat berorientasi pada pemerintahan, yang pada akhirnya mengakibatkan masyarakat dalam maupun luar negeri kurang tertarik untuk mengakses *website* tersebut. Beliau juga menyiratkan bahwa beliau ingin desain *website* tersebut terlihat *up-to-date* dan dapat menyentuh kaum *millennial*.

Dari semua uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *website* Visit Jawa Tengah perlu didesain ulang. Redesain merupakan kegiatan merancang ulang sebuah desain dengan mengubah tampilan fisik saja, fungsi saja, ataupun mengubah bentuk fisik sekaligus fungsi untuk mencapai tujuan yang lebih baik. Dengan melakukan kegiatan redesain tersebut yang meliputi pengubahan tampilan *website* dan penambahan konten artikel di dalamnya, *website* Visit Jawa Tengah diharapkan dapat menarik banyak pengunjung *website* yang hendak mencari informasi seputar daya tarik wisata yang ada di Jawa Tengah. Dengan begitu, para penyedia produk barang dan jasa yang terkait dengan wisata di Jawa Tengah, seperti biro perjalanan, akomodasi, tempat penginapan, serta transportasi lokal dapat diuntungkan, dan Sektor Pariwisata di Jawa Tengah diharapkan berhasil menyejahterakan rakyatnya dengan baik. Perancangan ini diharapkan dapat menciptakan *website* Visit Jawa Tengah yang informatif dan komunikatif sehingga dapat menarik banyak masyarakat yang mengunjungi *website* tersebut dalam rangka mencari informasi seputar daya tarik wisata di Jawa Tengah.

Menurut Erawan (2013), baik atau buruknya suatu *website* dapat ditentukan oleh dua faktor, yang pertama adalah tingkat usability atau kemudahan penggunaan yang berfokus pada kegunaan, keefektifan presentasi informasi, dan efisiensi, dan yang kedua adalah faktor estetika atau keindahan dan daya tarik visual dari suatu desain. Dalam usaha untuk meraih pengunjung dan mempertahankan minat mereka terhadap suatu *website*, kedua faktor ini perlu dimaksimalkan. Poin lain yang perlu dipertimbangkan dalam pembuatan *website* adalah kemudahan pengguna *website* dalam berpindah dengan navigasi yang intuitif. Blok navigasi utama *website* harus tampak jelas pada halaman, dan setiap *link* mempunyai judul yang deskriptif. Struktur navigasi yang tidak hanya berubah ketika dilewati oleh *mouse* tetapi juga mengindikasikan halaman aktif, membantu pengguna mengenali di mana mereka berada dan bagaimana cara mereka menuju halaman atau bagian lainnya. Navigasi sekunder, *field* pencarian, dan *link* keluar sebaiknya tidak ditampilkan dominan pada halaman. Jika beberapa *item* tersebut dibuat mudah untuk dicari dan terpisah secara visual dari konten, pengguna akan fokus pada informasi serta mereka akan tahu di mana harus mencari ketika mereka akan berpindah ke konten yang lain.

Menurut Suteja dan Harjoko (2008), tujuan dibuatnya *user interface design* adalah untuk merancang *interface* yang efektif bagi sistem perangkat lunak. Dikatakan efektif berarti siap digunakan dan hasilnya sesuai dengan kebutuhan pengguna. Terkadang, pengguna menilai suatu sistem bukan dari fungsinya, melainkan dari *user interface*-nya. Desain *user interface* yang buruk dapat mengakibatkan pengguna tidak lagi menggunakan *software* tersebut dan bahkan dapat menyebabkan pengguna melakukan kesalahan yang fatal. Maka dari itu, desain harus dibuat secara *user-centered* yang berarti pengguna sangat terlibat dalam proses desain. Dalam hal ini, diperlukan proses evaluasi yang dilakukan oleh pengguna terhadap hasil desain. Prinsip-prinsip dalam merancang *user interface* dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *User familiarity*, yaitu penggunaan istilah, konsep, dan kebiasaan yang dapat dikenali oleh *user*, bukan komputer. Misalnya, dalam sistem perkantoran menggunakan istilah *letters*, *documents*, dan *folders*, bukan *directories*, *file*, dan *identifiers*.
- b. Konsistensi, yaitu konsisten dalam operasi dan istilah di dalam seluruh sistem, sehingga tidak membingungkan pengguna. Misalnya, *layout* menu di *open office* mirip dengan *layout* menu di Microsoft Office.
- c. *Minimal surprise*, yaitu pengoperasian sistem dapat diduga prosesnya berdasarkan perintah yang telah disediakan dan tidak membuat pengguna kaget.
- d. *Recoverability* atau pemulihan, yang mana di dalamnya terdapat dua macam, bentuk pemulihan yaitu konfirmasi terhadap aksi yang merusak (*confirmation of destructive action*) dan ketersediaan fasilitas pembatalan (*undo*).
- e. *User guidance* atau bantuan, yaitu tersedianya sistem manual *online*, menu *help*, dan *caption* pada *icon-icon* khusus yang ada pada suatu *website*.

- f. *User diversity* atau keberagaman, yaitu tersedianya fasilitas interaksi untuk tipe *user* yang berbeda. Misalnya, adanya ukuran huruf yang bisa diperbesar.

Garrett (2011) mengemukakan dalam bukunya, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, bahwa terdapat lima elemen yang menyajikan kerangka konseptual tentang permasalahan yang ada pada *User Experience* dan metode-metode untuk menyelesaikannya, yaitu *the surface plane*, *the skeleton plane*, *the structure plane*, *the scope plane*, dan *the strategy plane*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. *The Surface Plane*

Elemen ini merupakan bagian permukaan yang dapat dilihat dalam *website* yang berisikan teks dan gambar. Gambar-gambar yang ada merupakan ilustrasi saja, seperti produk yang dijual dan bisa di-*click* oleh pengguna serta dapat menampilkan fungsi-fungsi tertentu.

b. *The Skeleton Plane*

Elemen ini berisikan penempatan tombol, foto, dan blok teks serta dirancang untuk mengoptimalkan pengaturan elemen-elemen di dalamnya agar mencapai efek dan efisiensi dengan maksimal. Sehingga, pengguna dapat menemukan tombol-tombol yang dibutuhkan dengan mudah.

c. *The Structure Plane*

Elemen ini menetapkan penempatan elemen *interface* pada halaman *checkout*; struktur yang ada akan menunjukkan bagaimana pengguna bisa sampai ke suatu halaman dan bagaimana pengguna bisa menutup atau meninggalkan halaman tersebut ketika kebutuhannya telah selesai. Di bagian ini pula ditetapkan pengaturan elemen navigasi yang memperkenankan pengguna untuk menjelajah kategori produk yang ditampilkan suatu *website*.

d. *The Scope Plane*

Elemen ini menjelaskan cara berbagai fitur dan fungsi dalam *website* bisa saling bertaut. Contohnya, suatu situs perdagangan menawarkan fitur yang memperkenankan pengguna untuk menyimpan alamat pengiriman barang yang telah digunakan sebelumnya, sehingga dapat digunakan lagi dengan mudah.

e. *The Strategy Plane*

Elemen tersebut terletak di bidang paling bawah dan merupakan strategi bisnis mendasar yang menentukan tujuan dari produk dan kebutuhan penggunanya. Contohnya, pengguna ingin membeli produk dan pengelola *website* menjual produknya.

2. METODE

Dalam perancangan ulang *website* Visit Jawa Tengah ini, metode penelitian yang digunakan adalah campuran, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode penelitian kuantitatif meliputi pengukuran data yang didapatkan melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel responden yang diminta menjawab sejumlah pertanyaan dari suatu survei untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Dalam perancangan ini, penelitian kuantitatif ditunjukkan dengan adanya pengumpulan data melalui survei terhadap pengguna *website* Visit Jawa Tengah. Metode penelitian yang bersifat kualitatif ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta memanfaatkan landasan teori sebagai pemandu supaya fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Pengumpulan data dengan metode kualitatif dilakukan dengan mewawancarai beberapa narasumber, yaitu staff seksi promosi dan seksi sarana pemasaran dalam bidang pemasaran pariwisata di Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah selaku penanggung jawab berjalannya *website* Visit Jawa Tengah, dengan observasi melalui pengamatan terhadap *website* tersebut, serta dengan melakukan dokumentasi dan studi literatur. Setelah data terkumpul, maka data akan dianalisis dengan menggunakan teori 5W1H, hasilnya akan diteruskan ke proses visualisasi.

a. *What* (apa)

Apa permasalahan yang ada pada *website* Visit Jawa Tengah yang diangkat menjadi topik perancangan ini?

Website Visit Jawa Tengah belum terlalu eksis, belum cukup komunikatif untuk menjadi salah satu pilihan utama masyarakat Indonesia dalam mencari informasi terkait pariwisata di Jawa Tengah, dan mendapatkan penilaian 47 dari *woorank.com* dengan skala 1 sampai 100 yang merupakan representasi dari *Internet Marketing Effectiveness* dari *website* tersebut. *Website* tersebut sempat *down* dan baru kembali aktif beroperasi pada awal tahun 2019 dan diredesain pada pertengahan tahun 2019, namun redesain yang dilakukan belum maksimal dan belum bisa menarik banyak pengunjung seperti yang diharapkan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.

b. *Where* (Di mana)

Di mana permasalahan tersebut terjadi?

Permasalahan tersebut terjadi di *website* Visit Jawa Tengah dengan alamat *visitjawatengah.jatengprov.go.id* yang merupakan *website* resmi pemerintahan Sektor Pariwisata yang berada di bawah Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. Dinas tersebut berdomisili di Jalan Ki Mangunsarkoro No. 12, Semarang.

b. *Who* (Siapa)

Siapa saja *target audience* pengunjung *website* Visit Jawa Tengah?

Target audience meliputi masyarakat Indonesia, diutamakan yang berasal dari luar Jawa Tengah, dengan rentang usia 25 hingga 34 tahun, dengan berbagai kalangan kelas sosial.

c. *When* (Kapan)

Kapan *website* resmi Pemerintah Pariwisata Jawa Tengah menjadi sangat populer dan kapan mulai meredup atau tidak eksis?

Pada tahun 2014, Sektor Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, yang saat itu masih berada di bawah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, memenangkan penghargaan sebagai *website* pemerintah terbaik se-Indonesia versi Serikat Perusahaan Pers (SPS) dalam Indonesia Tourism Award and Summit 2014, dan *website* tersebut menjadi cukup populer hingga muncul di halaman pertama dalam pencarian di Google dengan kata kunci “Pariwisata Jawa Tengah” pada tahun yang sama. Namun pada tahun 2018, terdapat permasalahan non-teknis yang terjadi dalam dinas, yang membuat konten-konten dalam *website* tersebut tidak diperbarui hingga puncaknya pada awal tahun 2019 *website* Visit Jawa Tengah tidak bisa diakses oleh pengguna dan statusnya berubah menjadi *under construction*. Sejak saat itu hingga tahun 2020 ini, *website* tersebut belum kembali populer seperti sebelumnya.

d. *Why* (Mengapa)

Mengapa masalah tersebut dapat terjadi?

Permasalahan pada awal tahun 2019 yaitu pada saat *website* Visit Jawa Tengah tidak berjalan dengan optimal dikarenakan adanya gangguan non-teknis yang terjadi di dalam dinas, yang membuat *website* tersebut menjadi tidak di-*update* dengan artikel baru, bahkan sempat tidak bisa diakses oleh pengguna. Saat pertengahan 2019 pun, redesain *website* yang dilakukan belum maksimal atau seperti yang diinginkan oleh dinas terkait, sehingga *website* tersebut belum kembali populer seperti sebelumnya.

e. *How* (Bagaimana)

Bagaimana cara menyelesaikan masalah yang ada pada *website* Visit Jawa Tengah?

Setelah gangguan non-teknis yang terjadi di dalam dinas terselesaikan dengan baik, *website* Visit Jawa Tengah dapat kembali dioperasikan dengan baik serta mulai dirancang ulang sebagai bentuk penyegaran tampilan pada pertengahan tahun 2019. Selain itu, staff pengelola *website* dan media sosial Sektor Pariwisata Jawa Tengah juga bekerja sama dengan beberapa *travel blogger* untuk berpartisipasi dalam menulis artikel perjalanan pariwisata mereka di Jawa Tengah untuk menarik minat pengguna *website*. Namun, upaya-

upaya tersebut belum cukup bisa mengembalikan kepopuleran *website* Visit Jawa Tengah dan belum bisa menjadikannya sebagai salah satu pilihan utama masyarakat Indonesia dalam mencari informasi seputar pariwisata di Jawa Tengah. Pada tahun 2020 ini pun, staff desainer Seksi Sarana Pemasaran ingin meredesain tampilan *website* Visit Jawa Tengah dengan mengubah tata letak konten foto, menambahkan tampilan artikel terpopuler di beranda *website*, menambahkan tampilan Google Maps yang menunjukkan lokasi wisata, dan menambahkan jumlah pengunjung *website*, serta adanya pengunggahan foto-foto terbaru ke dalam *website*. Semua itu ditujukan untuk menarik minat pengunjung *website* serta menaikkan Search Engine Optimization (SEO) agar *website* mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian yang dapat memengaruhi *traffic website* tersebut.

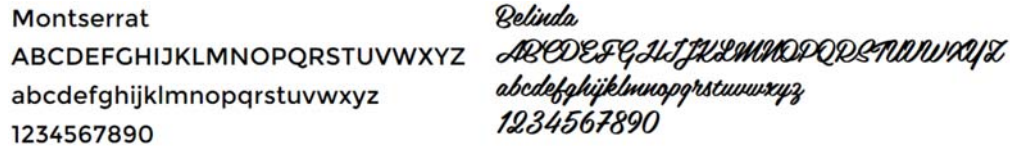
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan *website* Visit Jawa Tengah akan dibuat dengan konsep *clean and simple* sesuai dengan arahan dinas terkait dan analisis yang telah dibuat. Unsur *clean* akan diwujudkan dengan tampilan *website* menggunakan warna putih untuk *background* dan *navigation*, dan sedikit warna merah marun untuk logo 'Jateng Gayeng' di bagian atas atau *header website* serta sedikit sentuhan warna gradasi ungu yang mengacu pada *website* Kementrian Pariwisata (*indonesia.travel*). Selain itu, unsur *clean* juga diwujudkan dengan pemakaian *whitespace* yang lebih banyak dan adanya keseimbangan simetris dalam penataan konten yang diurutkan sesuai prioritasnya agar pengguna fokus dengan konten dan mudah dibaca dari atas ke bawah serta mempermudah pengguna dalam mencari dan memahami informasi yang ada. Unsur *simple* diwujudkan dengan meminimalisir ornamen yang membuat *website* terlihat kompleks dan ramai. Hal tersebut memengaruhi kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam mencari informasi yang mereka perlukan. *Website* tersebut juga akan tetap konsisten menggunakan *font* jenis *sans serif* untuk hampir semua konten tulisan dalam *website* karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan membuat konten artikel yang ada pada *website* menjadi rapi. Untuk menambahkan kesan elegan dan dinamis, *website* akan sedikit menggunakan *font* jenis *script* pada bagian *header website* saja. Semua aspek di atas diharapkan dapat dikombinasikan dengan baik agar *website* memiliki tampilan *interface* yang lebih baik dan *user-friendly* sehingga dapat menarik lebih banyak orang untuk mengunjungi *website* Visit Jawa Tengah.



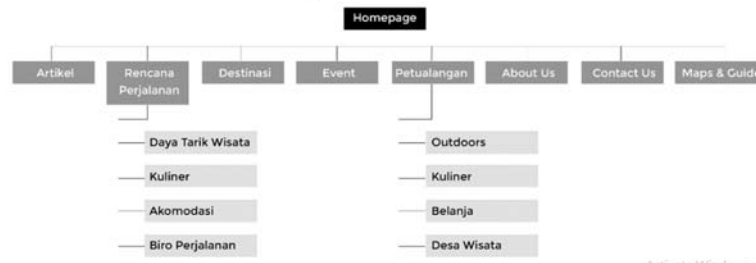
Gambar 3.1 Warna yang digunakan dalam *website*
[Sumber: Penulis]

Gambar di atas merupakan warna primer yang digunakan di sebagian besar tampilan *website* Visit Jawa Tengah, yaitu warna merah marun (#842B25) dan putih (#FFFFFF) yang mengacu pada logo dan *tagline* Jawa Tengah yaitu 'Jateng Gayeng'. Selain itu, ada beberapa warna pendukung yang digunakan di beberapa *widget* dalam *website* Visit Jawa Tengah. Ketiga warna yang bernuansa ungu dan sedikit sentuhan oranye ini mengacu pada *website* Kementrian Pariwisata Indonesia yaitu *indonesia.travel*. *Website* ini juga menggunakan beberapa warna *greyscale* sebagai warna pelengkap dan juga digunakan sebagai warna paragraf yang ada pada artikel.



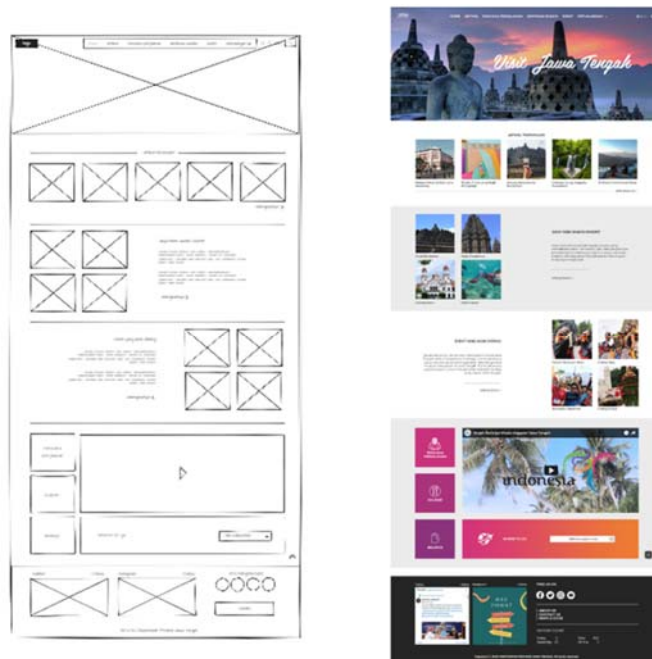
Gambar 3.1 Tipografi yang digunakan dalam *website*
[Sumber: Penulis]

Sesuai dengan arahan staf desainer dinas terkait, *website* Visit Jawa Tengah akan menggunakan huruf jenis *sans serif* yang dapat memberikan kesan *clean* dengan tingkat keterbacaan yang tinggi. *Font* yang digunakan dalam *website* adalah Montserrat. Pada bagian *header* yang ada pada *home* terdapat teks “Visit Jawa Tengah” yang menggunakan *font* jenis *script* yaitu Belinda, dengan tujuan untuk memberikan kesan dinamis dan elegan pada halaman awal *website* tersebut.



Gambar 3.1 *Sitemap website* Visit Jawa Tengah
[Sumber: Penulis]

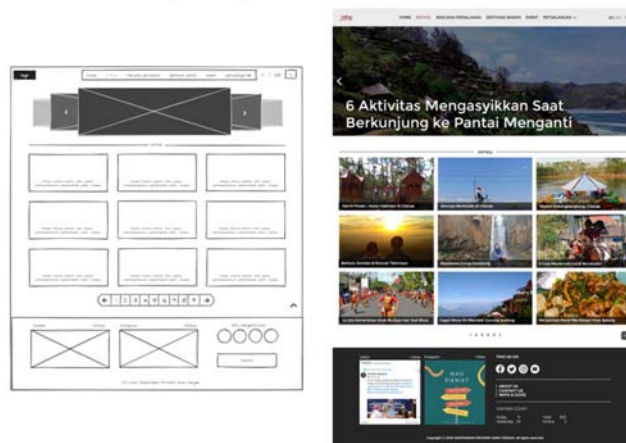
Gambar di atas merupakan gambaran *sitemap* dari *website* Visit Jawa Tengah yang telah diklasifikasikan dan disusun dalam bentuk menu sesuai prioritas informasi berdasarkan ilmu pariwisata. *Sitemap* tersebut terdiri dari tiga level kedalaman situs *web*, yaitu level-0 berupa *Homepage*, level-1 yang terdiri dari Artikel, Rencana Perjalanan, Destinasi Wisata, Event, Petualangan, dan level-2 yang berada di bawah ‘Rencana Perjalanan’ terdiri dari Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, Biro Perjalanan serta yang berada di bawah ‘Petualangan’ terdiri dari Outdoors, Kuliner, Belanja, Desa Wisata.



Gambar 3.1 *Wireframe* dan visualisasi *interface* beranda *website* Visit Jawa Tengah

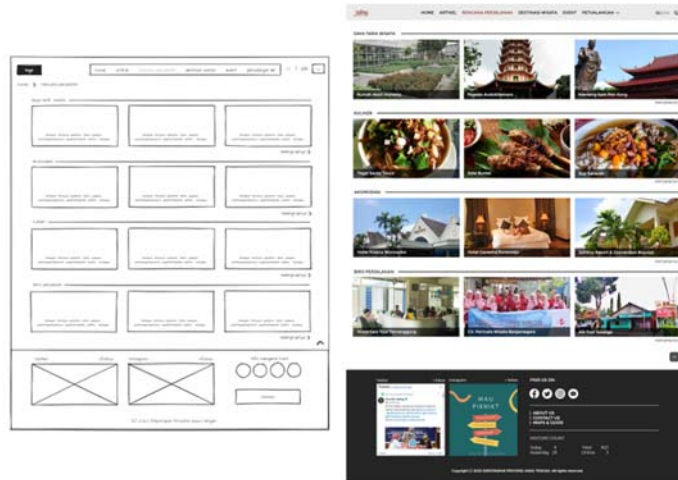
[Sumber: Penulis]

Layout beranda *website* menggunakan prinsip desain modular yang dicapai dengan menciptakan struktur konten yang konsisten dengan navigasi yang fleksibel, yaitu keseluruhan halaman menggunakan bentuk persegi dan persegi panjang untuk meletakkan konten foto dengan pertimbangan memberikan gambaran yang jelas tentang informasi usaha pariwisata yang disajikan. Jarak antar elemen juga dibuat sama, sehingga menimbulkan pola yang rapi, konsisten, dan mudah dibaca. Desain modular juga dicapai dengan mengasosiasikan konten yang serupa ke dalam rumpun yang sama dengan tujuan supaya mudah dipahami oleh pengguna. Di bawah *header*, terdapat tampilan ‘artikel terpopuler’ sesuai dengan arahan staf desainer dinas terkait dan disusun mendatar supaya pengunjung *website* dapat melihatnya dalam sekali *scroll* dan bisa diarahkan untuk mengunjungi halaman-halaman yang ditampilkan. Lalu di bawahnya terdapat tampilan Daya Tarik Wisata Favorit yang diikuti dengan *Event* Yang Akan Datang dan keduanya disertai dengan deskripsi singkat. Peletakkannya berada di bawah artikel terpopuler karena kedua hal tersebut sangat penting untuk dipromosikan dalam *website*. *Layout* dibuat seperti di atas supaya menyisakan *whitespace* yang lebih banyak supaya menimbulkan kesan *clean*. Selain itu, kedua aspek tersebut juga menunjukkan keseimbangan dengan adanya peletakkan gambar dan teks yang berdampingan secara simetris. Di bawahnya terdapat *icon* pilihan Rencana Perjalanan, Kuliner, Belanja, pilihan destinasi wisata berdasarkan kota atau kabupaten di Jawa Tengah, dan *thumbnail* video yang daya tarik wisata di Jawa Tengah yang dijadikan dalam satu area supaya terlihat ringkas dan simpel. *Thumbnail* video ditampilkan dalam *homepage* dengan tujuan dapat menarik pengunjung *website* untuk menonton video dan mendapatkan visualisasi yang lebih nyata terhadap wisata di Jawa Tengah. Di bawah bagian *website* terdapat *footer* yang menampilkan *updates* akun Twitter dan Instagram Visit Jawa Tengah supaya pengunjung *website* juga tertarik mengunjungi dan mengikuti media sosial Visit Jawa Tengah, serta terdapat penambahan tampilan jumlah kunjungan *website*.



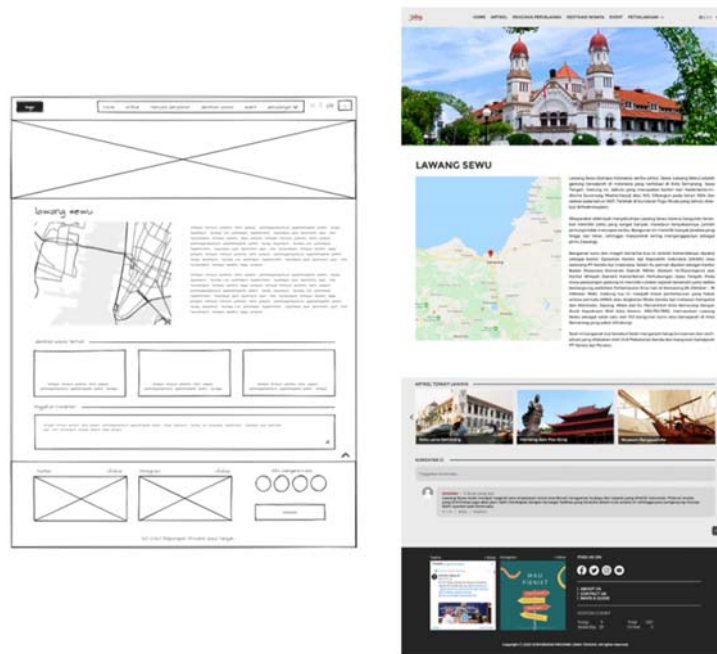
Gambar 3.1 Wireframe dan visualisasi *interface tab* Artikel *website* Visit Jawa Tengah
[Sumber: Penulis]

Modifikasi *tab* Artikel terdapat bagian atas yang menunjukkan beberapa gambar yang akan bertujuan untuk mengarahkan pembaca ke artikel yang paling banyak dibaca dan di bawahnya terdapat *thumbnail* artikel yang diurutkan berdasarkan tanggal diunggahnya artikel dengan tujuan untuk memudahkan pengunjung *website* dalam mengakses artikel yang ingin dibaca.



Gambar 3.1 Wireframe dan visualisasi *interface tab* Rencana Perjalanan *website* Visit Jawa Tengah [Sumber: Penulis]

Pada desain *web* bagian *tab* Rencana Perjalanan sebelumnya, keempat unsur di bawahnya yaitu Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, dan Biro Perjalanan disusun dengan susunan 2 x 2. Susunan tersebut diubah mendatar 1 x 3, supaya lebih mudah dibaca dan dipahami oleh pengguna. Tampilan *tab* tersebut dipenuhi dengan *thumbnail* saja supaya pengguna *website* lebih mudah dalam memperoleh gambaran informasi yang hendak dicari dan terlihat lebih menarik dibandingkan hanya berupa teks saja.



Gambar 3.1 Wireframe dan visualisasi *interface* artikel Destinasi Wisata *website* Visit Jawa Tengah [Sumber: Penulis]

Gambar di atas merupakan tampilan dari artikel yang dipilih dari halaman Destinasi Wisata. Terdapat penambahan foto lokasi wisata pada *header* agar pengguna mendapatkan visualisasi yang baik dari tempat wisata yang dibaca. Pada bagian konten juga terdapat *widget* Google Maps untuk memudahkan pengguna dalam mencari lokasi wisata.



Gambar 3.1 Aplikasi media
[Sumber: Penulis]

Gambar di atas merupakan bentuk pengaplikasian tampilan beranda *website* Visit Jawa Tengah ke layar MacBook, iPhone, dan iPad. Tampilan untuk *smartphone* dibuat agak berbeda dengan *desktop*, perbedaannya terdapat pada ukuran gambar dan huruf yang dipakai dalam *website*. Dalam *smartphone*, dua unsur tersebut dibuat lebih besar agar tidak susah ditekan menggunakan jari dan hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Pariwisata merupakan sektor yang penting untuk dikembangkan dan dipromosikan, karena pariwisata berperan penting dalam menggerakkan roda ekonomi dalam berbagai sektor yang ada di Indonesia serta dapat menyejahterakan masyarakat Indonesia yang memiliki bidang usaha yang berkontribusi dalam usaha pariwisata. Dalam perancangan *website* tersebut, perubahan yang sangat menonjol terlihat pada *layout interface*, dan untuk mencapainya, perlu adanya keseimbangan antara pemahaman ilmu pariwisata dan ilmu desain, agar keduanya bisa sinkron dan bisa menghasilkan pesan visual yang dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat. Peran visual dalam tampilan *website* sangatlah penting untuk memberikan gambaran dan pengalaman pertama bagi pengguna sebelum melakukan kegiatan wisata yang sesungguhnya serta memberikan citra destinasi yang baik bagi pengunjung *website*. Selain itu, tampilan desain *website* yang baik dapat menarik lebih banyak pengunjung *website* yang juga akan menaikkan Search Engine Optimization (SEO) agar *website* mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian yang dapat memengaruhi *traffic website*.

4.2. Saran

Bagi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, dapat menggunakan desain *website* Visit Jawa Tengah dan merealisasikannya dengan penambahan *coding* serta elemen pendukung lainnya sehingga *website* bisa berjalan dengan baik, dapat memberikan konten yang informatif dan komunikatif, serta dapat meningkatkan citra destinasi maupun instansi pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Selain itu, *website* tersebut juga dipromosikan melalui berbagai media sosial, tujuannya agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui adanya *website* tersebut, sehingga pengunjung *website* bisa meningkat dan akan ada lebih banyak orang yang tertarik untuk mengunjungi wisata di Jawa Tengah. Bagi mahasiswa lain yang ingin membuat perancangan serupa, perancangan tersebut bisa menjadi referensi maupun contoh dengan mempertimbangkan adanya berbagai kekurangan serta kelebihan, sehingga perancangan selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga laporan Tugas Akhir yang berjudul “Redesain Website Visit Jawa Tengah” dapat diselesaikan tepat waktu. Tanpa pertolongan-

Nya, laporan ini tentunya tidak akan bisa diselesaikan dengan baik. Penulisan laporan Tugas Akhir ini tentu dapat diselesaikan dengan adanya bantuan, dukungan, kritik, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karenanya, rasa syukur dan ucapan terima kasih penulis ucapkan untuk semua pihak yang terlibat, di antaranya yaitu:

1. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan dari awal hingga laporan ini terselesaikan tanpa adanya halangan yang berarti.
2. Ibu Ir. Siti Hadiati Nugraini, M.Kom, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro.
3. Ibu Auria Farantika Yogananti, S.Sn, MTDdesign dan Bapak Bernardus Andang Prasetya Adiwibawa, ST, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan berbagi ilmu selama pengerjaan laporan Tugas Akhir ini berlangsung.
4. Ibu Suci Baskoro Wati, SS, M.Bus dan Ibu Ratri Primayani Sholihat, S.Sn., M.Med.Kom. selaku Kasi Promosi dan staff Seksi Sarana Pemasaran, Bidang Pemasaran Pariwisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah yang telah berkenan untuk bekerja sama, berbagi ilmu dengan penulis, serta menjadi narasumber dalam perancangan ini.
5. Teman-teman jurusan DKV angkatan 2016 pada umumnya dan khususnya Nimas dan Tenri yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bersedia bertukar pikiran selama penulisan laporan ini berlangsung.
6. Teman-teman dekat penulis lainnya, terutama Aulyah dan Monika, yang juga selalu gigih dalam memberikan dukungan moral dan berbagai nasihat yang menguatkan penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Beaird, J. (2010). *The Principles of Beautiful Web Design*. Canada: SitePoint Pty Ltd.
- Erawan, L. (2013, 07 10). *Prinsip Dan Kaidah Desain Web*. Retrieved from iSlideDocs: <https://isliidedocs.com/document/file-2013-10-07-16-48-48-lalang-erawan-m-kom-prinsip-dan-kaidah-desain-web>
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-centered Design for the Web*. Berkeley: New Riders.
- Green, T. (2015). *Uxpin Content Wireframing for Responsive Design*. Mountain View: UXPin Inc.
- Hamzah, Y. I. (2013). Potensi media sosial sebagai sarana promosi interaktif bagi pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 1-9.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Krishnasari, E. D. (2018, 06). PERANCANGAN REDESAIN ANTARMUKA LANDING PAGE WEB INABLUES BERBASIS DESAIN WEB RESPONSIF. *Incomtech*, 31-37.
- Kuswanto, H. (2017, 05). Analisis Prinsip Layout and Composition pada Web Design Perusahaan PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk dan PT. FIF Group berdasarkan Buku "The Principle of Beautiful". *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1-6.
- Larasati, I. (2010, 06 25). *Kajian Web Usability MyHobbyTown.com (Bagian 4 dari 4)*. Retrieved from Computer Science IPB: <http://innel07.student.ipb.ac.id/2010/06/25/kajian-web-usability-myhobbytown-com-bagian-4-dari-4/>

- Marcotte, E. (2011). *Responsive Web Design*. New York: A Book Apart.
- Miller, B. A. (2011). *Above the Fold: Understanding the Principles of Successful Web Site Design*. United States: HOW Books.
- Ogedebe, P. M., & Jacob, B. P. (2012, 06). Software Prototyping: A Strategy to Use. *ARNP Journal of Systems and Software*, 219-221.
- Oktasari, I. N., & Yogananti, A. F. (2019). *PERANCANGAN ULANG UX/UI PADA WEBSITE MTARGET UNTUK MENAMBAH PENGALAMAN PENGGUNA*. Retrieved from CITRAKARA: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/view/2604>
- Olga, R. (2015). *Website Redesign: Improving User Experience and User Interface on the Havusport Website (Thesis)*. Finland: University of Applied Science.
- Rizkinaswara, L. (2019, 04 07). *Pentingnya Teknologi dalam Sektor Pariwisata*. Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/>: <https://aptika.kominfo.go.id/2019/04/pentingnya-teknologi-dalam-sektor-pariwisata/>
- Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. Canada: Wiley Publishing.
- Sani, K. (2014). *Perceptual Human Computer Interaction / Interface Menggunakan Teknik Computer*.
- Segara, A. (2019, 01). Penerapan Pola Tata Letak (Layout Pattern) pada. *Jurnal Magenta*, 452-456.
- Soebagyo. (2012, Desember). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA. *Jurnal Liquidity*, 153-154.
- Suteja, B. R., & Harjoko, A. (2008). PERANCANGAN USER INTERFACE E-LEARNING BERBASIS WEB. *Seminar Nasional Informatika 2008 (semnasIF 2008)* (pp. 36-46). Yogyakarta: jurnal.upnyk.ac.id.
- TelkomUniversity. (2016, 01 03). *Aplikasi Desain Web: Prinsip Desain dan Layout*. Retrieved 03 18, 2020, from Telkom University: <http://tambunan.staff.telkomuniversity.ac.id/files/2016/01/3-PRINSIPDESAIN-LAYOUT-SELEKSI-lagi.pdf>
- Warmayana, I. G. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata. *JURNAL PARIWISATA BUDAYA*, 81-92.
- Yogananti, A. F. (2015). PENGARUH PSIKOLOGI KOMBINASI WARNA DALAM WEBSITE. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 45-48.