

Jitu STMM MMTC

339

 jmk jitu@mmtc.ac.id Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:2993064528

Submission Date

Aug 29, 2024, 8:25 PM GMT+7

Download Date

Aug 29, 2024, 8:27 PM GMT+7

File Name

1724937944_3399641SM.docx

File Size

157.0 KB

12 Pages**4,203 Words****27,788 Characters**

8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 4%  Publications
- 1%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

7%	Internet sources
4%	Publications
1%	Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
	ojs.mmtc.ac.id	2%
2	Internet	
	doku.pub	0%
3	Publication	
	Hanifah Nur Azizah, David Kristiadi. "Teknik Penerapan Variasi Shot dalam Produ...	0%
4	Internet	
	ejournal.unesa.ac.id	0%
5	Internet	
	repository.its.ac.id	0%
6	Internet	
	repository.ub.ac.id	0%
7	Student papers	
	Landmark University	0%
8	Internet	
	elib.usma.ru	0%
9	Internet	
	repository.upi.edu	0%
10	Publication	
	Bagus Saputro, T. Arie Setiawan Prasida, Birmanti Setia Utami. "Perancangan UI/...	0%
11	Student papers	
	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	0%

12	Internet	karanganyar.inews.id	0%
13	Publication	Emiliana Antonina Kadmaer. "Analisis Efektifitas Pencairan Dana Pada di Pemerin...	0%
14	Publication	Isaac Yeremia Nugroho, Ryan Putranda Kristianto. "Discord Website Testing Usin...	0%
15	Internet	boedakcapsule.blogspot.com	0%
16	Internet	dspace.uui.ac.id	0%
17	Internet	ejournal.unsri.ac.id	0%
18	Internet	repository.unair.ac.id	0%
19	Publication	Wahyu Hidayatillah, Endah Tri Wisuda Ningsih, Loviga Denny Pratama. "KEPRAKT...	0%
20	Publication	Xiangyu Zhang, Hengzhen Li, Lin Chen, Yuxiang Wu, Yusheng Li. "NRF2 in age-rel...	0%
21	Internet	eprints.uny.ac.id	0%
22	Internet	essay.utwente.nl	0%

PENGEMBANGAN KONVERGENSI MEDIA BERBASIS WEBSITE COMPANY PROFILE “SWACREATIVE”

DEVELOPMENT OF MEDIA CONVERGENCE BASED ON “SWACREATIVE” COMPANY PROFILE WEBSITE

Anindya Rahma Putri Pradhani¹, Aprilina Dwi Astuti², David Kristiadi³
^{1,2,3}Program Studi Manajemen Teknik Studio Produksi, Jurusan Penyiaran,
Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

Email: anindyarpp.matekstosi20@mail.mmtc.ac.id*, aprilinad@gmail.com, davk@mmtc.ac.id

*Corresponding author

Abstract

In the advancement of the era, companies need to present their identity, services and works to the wider public. Company profile websites play an important role in supporting the dissemination of company information. However, in developing media convergence based on company profile websites, there are still many websites that have not implemented usability in them, namely a level of quality of user experience interacting with the website. Therefore, the development of media convergence based on the company profile website "Swacreative" aims to develop media convergence based on company profile websites that implement the principle of usability with aspects of learnability and efficiency, so that the website makes it easier for users to operate the website. The results of the work can be accessed at www.swacreative.com. The aspects of learnability and efficiency are applied to the display of content layout, use of text types and colors, use of navigation features, and availability of photo and video display options. Testing the usability principle using a questionnaire method with 41 respondents. Based on the results of the questionnaire, it was concluded that the majority of respondents (79%) stated that the website had succeeded in meeting the learnability aspect, marked by the website being easy to understand and learn, clear and easy to understand interactions, all website pages appearing without Errors, text types and colors that are clearly readable and easy to understand menu structures. Meanwhile, it can also be concluded that the majority of respondents (74.1%) stated that the website succeeded in fulfilling the efficiency aspect, as indicated by a fast menu display, available navigation options, structured content design, available photo and video display options, and the ability of the website to be accessed via a web browser.

Keywords: Media Convergence, Website, Learnability, Efficiency

Abstrak

Pada kemajuan zaman, perusahaan perlu mempresentasikan identitas, layanan dan karyanya kepada khalayak luas. Website company profile menjadi peran penting untuk mendukung dalam penyebaran informasi perusahaan. Namun, dalam mengembangkan konvergensi media berbasis website company profile, masih banyak website yang belum menerapkan usability didalamnya, yaitu suatu tingkat kualitas pengalaman pengguna berinteraksi dengan website. Oleh karena itu, pengembangan konvergensi media berbasis website company profile “Swacreative” bertujuan untuk mengembangkan konvergensi media berbasis website company profile yang mengimplementasikan prinsip usability dengan aspek learnability dan efficiency, sehingga website

memudahkan pengguna mengoperasikan *website*. Hasil karya dapat diakses pada www.swacreative.com. Aspek *learnability* dan *efficiency* diterapkan pada tampilan tata letak konten, penggunaan jenis dan warna teks, penggunaan fitur navigasi, dan ketersediaan pilihan tampilan foto dan video. Pengujian prinsip *usability* menggunakan metode kuesioner dengan 41 responden. Berdasarkan hasil kuesioner disimpulkan bahwa mayoritas responden sebesar (79%) menyatakan bahwa *website* telah berhasil memenuhi aspek *learnability* ditandai dengan *website* mudah dipahami dan dipelajari, interaksi dengan jelas dan mudah dimengerti, semua halaman *website* tampil tanpa kesalahan, jenis dan warna teks jelas dibaca serta struktur menu yang mudah dipahami. Sementara itu dapat disimpulkan juga bahwa mayoritas responden sebesar (74,1%) menyatakan *website* berhasil memenuhi aspek *efficiency* ditandai dengan menu tampil cepat, tersedia pilihan navigasi, desain konten terstruktur, tersedia opsi tampilan foto dan video serta kemampuan *website* diakses melalui *web browser*.

Kata kunci: Konvergensi Media, *Website*, *Learnability*, *Efficiency*

PENDAHULUAN

Konvergensi media menjadi salah satu faktor penting dalam pengenalan sebuah perusahaan. Generasi sekarang memanfaatkan konvergensi media untuk memperluas jangkauan dalam penyebaran informasi kepada khalayak (Harsono, 2022). Masyarakat saat ini cenderung bergantung pada platform *online* untuk mendapatkan informasi dan membandingkan produk atau layanan yang dibutuhkan sebelum membuat keputusan. Hal ini menjadikan perusahaan lebih fokus menggunakan platform digital sebagai akses utama untuk memberikan informasi dan berkomunikasi dengan para pelanggannya.

Salah satu platform *online* yang sering digunakan sebagai akses mencari informasi ialah *website*. (Nurlailah & Wardani, 2023) mengatakan bahwa sebuah *website* merupakan sebuah aplikasi yang menyajikan berbagai multimedia berupa teks, gambar, video, animasi, suara yang dapat diakses melalui *web browser*. *Website* ada yang bersifat statis maupun dinamis. *Website* statis yaitu *website* yang memiliki kontennya tetap atau tidak berubah-ubah contohnya ada pada *website company profile*. *Website* dinamis yaitu suatu *website* yang mana konten atau informasinya selalu *update* secara berkala

contohnya seperti *website* berita dan toko *online*.

Website company profile menjadi salah satu alat utama yang dapat digunakan perusahaan untuk membangun citra dan memperluas pasar karena *website* memberikan platform yang dapat diakses oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun. *Website company profile* juga memiliki kemudahan akses secara global oleh masyarakat (Bias Yulisa Geni et al., 2024). Menurut (Ramdhan et al., 2019) mengatakan bahwa *company profile* atau profil perusahaan adalah tulisan yang berisi gambaran umum mengenai informasi perusahaan dan produk yang ditawarkan untuk menarik perhatian pelanggannya. Perusahaan dapat menyampaikan informasi-informasi apa saja yang ingin ditampilkan secara terbuka kepada masyarakat. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan dan mempromosikan perusahaan secara lebih luas kepada khalayak.

Pada pengembangan konvergensi media berbasis *website* perlu menerapkan prinsip *usability* didalamnya. Menurut Nielsen (1993) *usability* adalah sebuah penilaian untuk mengukur kemudahan pengalaman pengguna saat menggunakan

17 user interface. Dengan prinsip *usability* diharapkan suatu *website* dapat menjadi lebih efektif, efisien, dan memberikan kepuasan kepada penggunanya. Terdapat 5 aspek yang harus dipenuhi guna mencapai tingkat *usability* yaitu *learnability*, *efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction*. *Learnability* yaitu kemudahan pengguna dalam mempelajari sebuah *website*. *Efficiency* yaitu kecepatan pengguna dalam menyelesaikan sebuah tugas. *Memorability* yaitu kemampuan ingatan pengguna dalam pengoperasian *website* dengan mudah setelah beberapa kali berkunjung. *Errors* yaitu permasalahan/kesalahan pengguna selama pengoperasian *website*. *Satisfaction* yaitu kepuasan pengguna mengenai sebuah *website*. Ketika penerapan aspek prinsip *usability* terpenuhi, sebuah *website* dapat memberikan informasi yang jelas kepada penggunanya.

Saat ini masih terdapat *website* perusahaan yang belum mengimplementasikan prinsip *usability* didalamnya. Kemudian penulis melakukan pengamatan terhadap beberapa *website company profile* yang telah ada. *Website* yang pertama yaitu *website* Phoenix Multimedia (2024), merupakan *website* jasa multimedia dan broadcasting yang berada di Yogyakarta. Dalam *website* memuat beberapa informasi tentang perusahaan dan layanan yang ditawarkan. Kelebihan pada *website* terdapat dari prinsip *usability* aspek *efficiency* karena telah tersedianya beberapa pilihan menu navigasi yang terbagi meliputi: *home*, *about*, *services*, portofolio, *news* dan *contacts*. Namun dalam penerapan prinsip *usability* aspek *learnability* dirasa masih kurang diperhatikan. Terdapat pada beberapa menu *error* yang tidak dapat memuat informasi lebih lanjut dan pada halaman

kontak yang saat diakses muncul *oops, looks like the page is lost*.

Pengamatan selanjutnya dilakukan pada *website* IFrame Multimedia (2024), merupakan *website* mengenai perusahaan yang melayani rental dan kebutuhan multimedia seperti dokumentasi foto-video dan live streaming. Kelebihan tampilan pada *website* tersebut yang terstruktur dengan rapi dan informatif, telah menerapkan prinsip *usability* aspek *learnability*. *Website* tersebut juga sudah mengintegrasikan dengan sosial media. Namun terdapat kekurangan pada prinsip *usability* aspek *efficiency* yang terdapat pada beberapa video portofolio yang tidak tersedia. Hal ini dapat membuat pengguna kesulitan untuk mengakses informasi lainnya.

Pada pengamatan lain pada *website* Sirius Official (2024) adalah sebuah *website* yang menawarkan jasa dibidang digital broadcasting dan video production yang berada di Yogyakarta. *Website* ini menyajikan informasi meliputi profil perusahaan, layanan yang ditawarkan, portofolio, daftar klien dan kontak. *Website* ini mudah digunakan saat pengaksesan pertama kali. Penggunaan *web usability* aspek *learnability* sangat diperhatikan, terlihat pada tampilan desain, warna dan teks yang jelas. Sedangkan kekurangannya terdapat pada prinsip *usability* aspek *efficiency* yang mana jika ingin menemukan informasi lain, pengguna perlu *scroll* ke paling atas untuk menggunakan menu navigasi. Hal ini dapat memakan waktu pengguna, karena tidak terdapatnya navigasi lain untuk menemukan informasi.

Berdasarkan beberapa permasalahan pada *website company profile* yang ada, penulis tertarik untuk mengembangkan konvergensi media berbasis *website*

company profile yang akan diterapkan pada perusahaan Swacreative. Dikarenakan perusahaan ini dalam penyebaran informasinya belum memanfaatkan platform *online*. Swacreative sendiri merupakan sebuah nama perusahaan dibidang layanan/jasa multimedia yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Website* menyajikan konten informasi perusahaan berupa teks, gambar dan video. *Website* ini juga akan fokus menerapkan prinsip *usability* aspek *learnability* dan *efficiency* saja dikarenakan kedua aspek ini sudah saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman pengunjung berinteraksi dengan *website*. Sebagai mana aspek *learnability* berhubungan dengan memberikan kemudahan pada *website* untuk digunakan dan aspek *efficiency* berkaitan dengan kecepatan penyelesaian tugas menggunakan *website*. Dengan fokus pada kedua aspek ini menjadi faktor penting untuk memastikan pengguna dapat dengan cepat mempelajari, memahami dan menggunakan *website* secara efisien.

METODE PENCIPTAAN

Proses penciptaan karya melalui 3 tahapan yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi dilakukannya observasi *online*, survei dan menghubungi pihak terkait yaitu pemilik perusahaan, melakukan wawancara dan pengambilan data berupa informasi, foto maupun video serta merencanakan isi konten pada *website* berupa pembuatan *sitemap* dan *mockup*.

Tahap selanjutnya pada tahapan produksi dilakukannya pembuatan konten, meliputi penggabungan elemen teks, gambar, video dengan membuat artikel, editing foto dan video. Kemudian membuat sosial media menggunakan platform Instagram, TikTok

dan YouTube serta mengunggah konten yang telah dibuat ke sosial media. Selanjutnya penulis membeli *hosting* dan WordPress domain, kemudian sistem *website* dikembangkan untuk memenuhi prinsip *usability* aspek *learnability* dan *efficiency* menggunakan *web builder* yaitu WordPress. Dan yang terakhir dilakukan pada tahapan produksi ialah mengintegrasikan sosial media ke *website*.

Pada tahap pasca produksi dilakukan publishing setiap selesai melakukan editing halaman *website*, melakukan evaluasi dan perbaikan pada fitur dan fungsi pada *website* yang belum memenuhi prinsip *usability* aspek *learnability* dan *efficiency*. Langkah yang terakhir pada tahapan pasca produksi yaitu melakukan pengujian *website*, dengan menguji kelengkapan fungsi menu navigasi dan kompatibilitas tampilan *website* menggunakan metode kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan *Website* dengan Menerapkan Prinsip *Usability* Aspek *Learnability*
 - a. *Website* mudah dipahami dan dipelajari

Website Swacreative dapat dipelajari dengan *easy to understand* dan *easy to look for specific information* tanpa memerlukan buku manual, kelas khusus ataupun bantuan teknis. Penerapan pada *website* agar mudah untuk dipelajari dengan menyajikan konten utama dalam *layout single column*. Penggunaan *layout single column* pada *website* Swacreative ini karena tampilannya navigasinya lebih sederhana dan mudah dipelajari oleh pengguna, sebab pengguna cukup

menggulir halaman ke bawah untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Hal tersebut juga dapat menciptakan lingkup yang fokus pada konten utama.

Pada tampilan halaman beranda, dimana telah disajikan ringkasan informasi dari seluruh halaman *website*. Tujuannya membantu pengguna agar dapat memahami secara garis besar informasi yang terdapat pada *website*. Pengguna juga dapat mengakses informasi lebih banyak dengan menggunakan navigasi-navigasi yang disediakan. Kelebihan lainnya yang terdapat pada *layout single column* yaitu *layout* jenis ini responsif, dimana lebih mudah dalam penyesuaian pada berbagai ukuran perangkat.

b. Interaksi dengan *website* jelas dan mudah dimengerti

Interaksi dengan *website* agar jelas dan mudah dimengerti oleh penggunaannya menjadi peran penting dalam kualitas suatu *website*. Apabila interaksi *website* dengan penggunaannya berjalan dengan lancar maka pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang tepat dan jelas. Salah satu interaksi yang disajikan pada *website* Swacreative yaitu penggunaan fitur *hover* pada *header* menu navigasi, dimana dengan fitur ini dapat membuat elemen berganti warna saat diklik/kursor berada di atasnya. Saat membuka halaman menu beranda, teks akan berubah dari warna hitam menjadi biru. Pengguna dapat mengetahui sedang di halaman mana

mereka mengakses. Tanpa fitur *hover*, pengguna mungkin akan mengalami kebingungan dalam memahami fungsi atau navigasi pada *website*.

c. Semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan

Pentingnya agar semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan berkaitan dengan tata letak hingga fungsi yang berjalan dengan lancar dan sesuai. Apabila pengguna menjelajahi *website* tanpa adanya kesalahan, mereka dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari dan menyelesaikan tugas-tugas tanpa hambatan. Untuk mengatasi kesalahan/kendala pada *website*, penulis melakukan tahapan *preview* setiap selesai mengedit halaman *website*. Tahapan ini untuk melihat halaman yang akan ditampilkan apakah sudah tampil dengan sesuai atau tidak. Dengan melakukan *preview*, penulis dapat mengidentifikasi dan memperbaiki kesalahan sebelum *website* dipublikasikan ke pengguna.

Halaman *preview* pada WordPress dapat digunakan dalam menampilkan semua halaman pada *website* sebelum dipublikasikan ke pengguna lain. Fitur ini digunakan penulis untuk mengidentifikasi tata letak, konten dan fitur-fitur pada semua halaman *website*. Dengan menggunakan halaman *preview* ini, penulis dapat melakukan perbaikan apabila terdapat fungsi yang tidak dapat digunakan atau belum sesuai.

d. Jenis dan warna teks yang digunakan pada *website* jelas untuk dibaca

Pada *website* Swacreative, jenis teks/*font* yang digunakan yaitu jenis Sans serif. *Font* Sans Serif ini memiliki kesan yang modern, kontemporer dan efisien. Beberapa *font* dari jenis Sans Serif yang digunakan pada tampilan *website* yaitu *font* Helvetica, Montserrat dan Poppins. *Font* Helvetica digunakan penulis sebagai teks *heading* pada semua halaman. Penulis memilih *font* Helvetica karena merupakan salah satu *font* yang serbaguna dan memiliki kesan yang kuat untuk digunakan sebagai teks *heading*.

Pemilihan warna yang digunakan pada *website* Swacreative menggunakan *color pallete* meliputi warna biru (#4175FC), putih (FFFFFF), hitam (#101218) dan kuning (FFD800).

- e. Struktur menu *website* mudah untuk dipahami

Menu merupakan salah satu hal penting untuk mencapai kemudahan dalam perpindahan halaman *website*. Struktur menu haruslah *easy to navigational* tanpa memerlukan buku manual, kelas khusus ataupun bantuan teknis. Pada *website* Swacreative disediakan menu navigasi yang terletak pada *header* dibagian atas halaman. *Header* tersebut akan tetap muncul walaupun pengguna melakukan *scroll down* halaman. Menu navigasi ini juga telah tersedia pada semua halaman *website*. Walaupun pengguna berpindah-pindah halaman *website*, *header* menu navigasi akan tetap ditampilkan. Pada *website* yang terdapat *header* menu navigasi pada

setiap halamannya dapat mempermudah pengguna jika ingin mengakses halaman lain melalui halaman tersebut.

2. Pengembangan *Website* dengan Menerapkan Prinsip *Usability* Aspek *Efficiency*

- a. Menu dapat tampil cepat saat diklik

Menu dapat tampil dengan cepat saat diklik berpengaruh terhadap pengalaman pengguna dalam mengoperasikan *website*. Apabila menu dapat merespons dengan cepat saat diklik, waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mendapatkan informasi menjadi lebih singkat. Penulis memastikan bahwa konten gambar yang ditampilkan pada *website* Swacreative memiliki ukuran file yang kecil untuk meningkatkan kinerja *website*. Teknik yang dilakukan penulis adalah dengan mengompresi konten gambar yang memiliki ukuran file yang besar menggunakan TinyPNG. Dengan TinyPNG dapat memperkecil ukuran file konten gambar, namun tetap mempertahankan detail dan ketajaman gambarnya. Hal ini dapat meringankan/mempercepat waktu muat *website*. Apabila file gambar yang berukuran besar tetap ditampilkan pada *website*, akibatnya dapat memengaruhi lama waktu muat *website*.

- b. Tersedia beberapa pilihan navigasi

- 1) Navigasi sosial media yang terdapat pada *header*, *sidebar* dan *footer*
- 2) Navigasi kontak yang terdapat pada *header*, *sidebar* dan *footer*

- 3) Navigasi layanan perusahaan yang terdapat pada *header* dan tombol selengkapnya
 - 4) Navigasi portofolio perusahaan yang terdapat pada *header* dan menu beranda dengan disediakan tombol selengkapnya
 - 5) Navigasi *scroll* bar dan *back to top*
 - 6) Navigasi artikel yang terdapat pada halaman *post* artikel dan *sidebar*
- c. Desain konten *website* terstruktur

Desain konten dapat mengurangi kebingungan yang pengguna alami. Penerapan pengelompokan item yang relevan membantu pengguna menyelesaikan tugas secara cepat. Pada tampilan menu halaman portofolio, desain konten pada halaman tersebut dikelompokkan menjadi foto dan video. Konten foto ditampilkan dalam mode *slide* dan konten video ditampilkan dalam mode standar agar tampilan konten lebih terstruktur. Tanpa dilakukannya pengelompokan menu, pengguna akan melihat tata letak menu yang berantakan dan tidak terorganisir.

- d. Tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video

Untuk tampilan foto dokumentasi dan hasil karya desain grafis disediakan dalam dua jenis tampilan foto untuk disampaikan pada pengguna yaitu mode *grid*, *slide* dan *fullscreen*/perbesaran dari mode *grid*. Sedangkan untuk tampilan video portofolio pada *website* Swacreative disajikan dalam dua

jenis tampilan video untuk ditonton oleh pengguna yaitu tampilan standar dan *fullscreen*.

- e. Kemampuan *website* untuk diakses melalui beberapa *web browser*

Web browser merupakan *software* yang berfungsi untuk menampilkan halaman *website* dan menyajikan sumber informasi dari internet. Beberapa *web browser* yang telah diuji coba untuk mengakses *website* Swacreative diantaranya yaitu Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Opera dan Microsoft Edge. Tampilan *website* Swacreative saat diakses tampil dengan sesuai. Dari tata letak tampilan *website* yang terstruktur dan tidak mengalami perubahan, semua fitur menu dan navigasi yang berjalan dengan lancar, hingga konten teks, gambar maupun video tampil dengan jelas dan sesuai.

3. Pengujian Prinsip *Usability* Aspek *Learnability* Pada *Website*

Tabel 1 Pengujian Prinsip *Usability* Aspek *Learnability*

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	<i>Website</i> mudah untuk dipahami dan dipelajari	2,4%	9,8%	4,9%	58,5%	24,4%
2	Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan mudah dimengerti	2,4%	7,3%	14,6%	39%	36,6%
3	Semua halaman <i>website</i> dapat tampil tanpa adanya kesalahan	7,3%	7,3%	7,3%	51,2%	26,8%
4	Jenis dan warna teks yang digunakan pada <i>website</i> jelas untuk dibaca	2,4%	7,3%	14,6%	43,9%	31,7%
5	Struktur menu <i>website</i> mudah untuk dipahami	7,3%	7,3%	2,4%	48,8%	34,1%

Sumber: Dokumen Pribadi

- a. *Website* mudah untuk dipahami dan dipelajari

Dari jawaban kuesioner seperti pada Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa *website* mudah dipahami dan dimengerti. Salah satu faktornya adalah *website* menyajikan tata letak konten utama dengan *layout single column* dan penggunaan sistem navigasi yang jelas seperti adanya tombol navigasi pemesanan layanan dan navigasi sosial media. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui mengenai *website* mudah dipahami dan dipelajari, dapat dikarenakan beberapa pengguna memiliki preferensi tertentu mengenai tampilan tata letak, navigasi atau fitur yang disediakan *website*.

- b. Interaksi dengan *website* jelas dan mudah dimengerti

Dari jawaban kuesioner seperti pada Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa interaksi pengguna dengan *website* Swacreative jelas dan mudah dimengerti. Yang menjadi faktornya mayoritas responden menyatakan setuju karena *website* menyajikan penggunaan fitur *hover*, tampilan *slide* gambar dan fitur player video untuk pengguna dapat berinteraksi dengan konten *website* secara langsung. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui mengenai interaksi dengan *website* jelas dan mudah dimengerti, dapat dikarenakan penjelasan untuk informasi yang disediakan tidak memadai.

- c. Semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan

Dari jawaban kuesioner seperti pada Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa semua halaman *website* Swacreative dapat tampil tanpa adanya kesalahan. Hal ini karena telah dilakukannya tahap *preview* sebelum *website* dipublikasikan, yang dibantu dengan adanya fitur *preview* pada WordPress dan penggunaan fitur responsif dalam mode desktop, tablet dan *mobile*. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui bahwa semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan, dapat dikarenakan beberapa responden mengalami kesalahan muat halaman, gambar yang tidak muncul atau link yang tidak berfungsi.

- d. Jenis dan warna teks yang digunakan pada *website* jelas untuk dibaca

Dari jawaban kuesioner kuesioner seperti pada Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa jenis dan warna teks pada *website* Swacreative jelas untuk dibaca. Hal ini dapat terpenuhi karena dilakukannya perbandingan dan pertimbangan pemilihan penggunaan jenis *font*, ukuran teks hingga makna penggunaan warna pada halaman. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui penggunaan jenis dan warna teks pada *website* jelas untuk dibaca, dapat dikarenakan beberapa pengguna mungkin lebih terbiasa dengan jenis

dan warna teks tertentu dalam desain *web*.

- e. Struktur menu *website* mudah untuk dipahami

Dari jawaban kuesioner seperti pada Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa struktur menu pada *website* Swacreative mudah untuk dipahami. Beberapa alasan yang membuat mayoritas responden menyatakan setuju karena pada *website* Swacreative disediakan menu navigasi dibagian *header* dan menu dikelompokkan sejenis. Sementara itu alasan adanya minoritas yang tidak menyetujui struktur menu pada *website* Swacreative mudah untuk dipahami, dapat dikarenakan struktur menu yang tidak konsisten mengikuti halaman pada tampilan di beberapa perangkat milik responden.

4. Pengujian Prinsip *Usability* Aspek *Efficiency* Pada *Website*

Tabel 2 Pengujian Prinsip *Usability* Aspek *Efficiency*

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Menu dapat tampil cepat saat diklik	0%	9,8%	22%	41,5%	26,7%
2	Tersedia beberapa pilihan navigasi	2,4%	7,3%	7,3%	43,9%	39%
3	Desain konten <i>website</i> terstruktur	2,4%	9,8%	14,6%	34,1%	39%
4	Tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video	4,9%	12,2%	4,9%	46,3%	31,7%
5	Kemampuan <i>website</i> diakses melalui beberapa <i>web browser</i>	7,3%	4,9%	19,5%	24,4%	43,9%

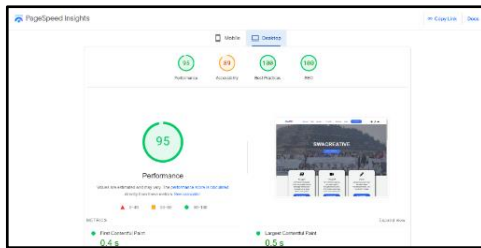
Sumber: Dokumen Pribadi

- a. Menu dapat tampil dengan cepat saat diklik

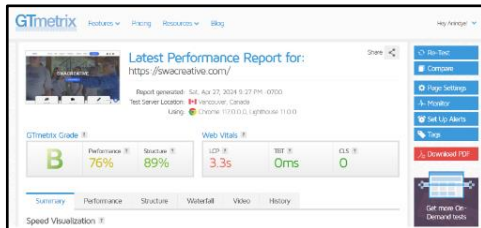
Dari jawaban kuesioner seperti pada Tabel 2, terlihat bahwa

mayoritas responden menyatakan setuju bahwa menu pada *website* Swacreative dapat tampil dengan cepat. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan tema yang ringan yang memiliki fitur modifikasi struktur menu. Dengan begitu tidak perlu lagi menambahkan lebih banyak plugin yang dapat membebani waktu muat *website*. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui *website* dapat tampil dengan cepat, dapat dikarenakan koneksi internet yang lambat, masalah teknis server, ataupun beberapa responden memiliki ekspektasi yang sangat tinggi terhadap kecepatan *website*.

Selain menggunakan kuesioner, pengujian untuk menu dapat tampil cepat dengan menggunakan *tools* untuk membantu dalam mengecek kecepatan suatu *website*. Penulis menggunakan *tools* PageSpeed Insight, dan GTmetrix dalam menguji kecepatan *website*. PageSpeed Insight merupakan salah satu *tools* dari Google yang dapat digunakan untuk mengecek kecepatan *website*. Sedangkan GTmetrix adalah alat untuk menganalisis performa *website*. Pada hasil pengujian menggunakan PageSpeed Insight mendapatkan skor 95 seperti pada Gambar 1 yang artinya untuk kecepatan kinerja pada *website* Swacreative terbilang memiliki performa yang baik. Sementara itu untuk hasil pengujian menggunakan GTmetrix menampilkan nilai B seperti pada Gambar 2 yang berarti *website* Swacreative memiliki performa yang dapat dikatakan baik.



Gambar 1 Pengujian Menggunakan PageSpeed Insight
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2 Pengujian Menggunakan GTmetrix
Sumber: Dokumen Pribadi

b. Tersedia beberapa pilihan navigasi

Dari jawaban kuesioner kuesioner seperti pada Tabel 2, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pada *website* Swacreative tersedia beberapa pilihan navigasi. Pada *website* Swacreative telah menyediakan beberapa pilihan navigasi meliputi navigasi sosial media yang terdapat pada *header*, *sidebar* dan *footer*, navigasi kontak yang terdapat pada *header*, *sidebar* dan *footer*, navigasi layanan perusahaan yang terdapat pada *header* dan halaman menu beranda dengan disediakan tombol selengkapnya, navigasi portofolio perusahaan yang terdapat pada *header* dan halaman menu beranda dengan disediakan tombol selengkapnya, navigasi *scroll bar* dan *back to top*, serta navigasi artikel yang terdapat pada halaman *post* artikel dan *sidebar* Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak

menyetujui *website* tersedia beberapa pilihan navigasi, dapat dikarenakan terlalu banyak pilihan navigasi yang dapat membuat proses penemuan informasi menjadi kurang efisien.

c. Desain konten *website* terstruktur

Dari jawaban kuesioner kuesioner seperti pada Tabel 2, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa desain konten *website* Swacreative terstruktur. Yang menjadi faktor mayoritas responden menyatakan sangat setuju karena pada *website* telah dilakukannya pengelompokan konten yang relevan untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas secara cepat. Serta membuat konten yang ringkas agar pengguna tidak perlu terlalu banyak melakukan *scroll* down.

d. Tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video

Dari jawaban kuesioner kuesioner seperti pada Tabel 2, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pada *website* Swacreative tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video, karena didalam *website* Swacreative disediakan beberapa opsi tampilan foto dan video mulai dari mode *grid*, *slide* hingga *fullscreen* yang dapat digunakan oleh pengguna. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui *website* memiliki beberapa opsi tampilan foto dan video, mungkin pengguna memiliki preferensi yang berbeda mengenai tampilan foto dan video.

- e. Kemampuan *website* untuk diakses melalui beberapa *web browser*

Dari jawaban kuesioner kuesioner seperti pada Tabel 2, terlihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa *website* Swacreative memiliki kemampuan untuk diakses melalui beberapa *web browser*. Karena telah dilakukan tahap uji coba mandiri/preview diberbagai *browser* seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Opera dan Microsoft Edge untuk mengecek tampilan dan fitur fungsi didalam *website* dapat berjalan dengan tepat atau tidak. Sementara itu alasan terdapat minoritas yang tidak menyetujui bahwa *website* dapat diakses melalui beberapa *web browser*, dapat dikarenakan *website* belum dioptimalkan untuk *browser* atau sistem operasi yang responden gunakan dan dapat mengalami masalah tata letak ataupun fitur yang tidak berfungsi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan konvergensi media berbasis *website company profile* “Swacreative” menerapkan prinsip *usability* aspek *learnability* meliputi *website* yang mudah dipahami dan dipelajari, interaksi dengan *website* jelas dan mudah dimengerti, semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan, jenis dan warna teks yang digunakan pada *website* jelas untuk dibaca, serta struktur menu *website* mudah untuk dipahami.
2. Pengembangan konvergensi media berbasis *website company profile* “Swacreative” menerapkan prinsip *usability* aspek *efficiency* meliputi menu dapat tampil dengan cepat saat diklik, tersedia beberapa pilihan navigasi, desain konten *website* terstruktur, tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video, serta kemampuan *website* untuk diakses melalui beberapa *web browser*.
3. Berdasarkan pengujian prinsip *usability* aspek *learnability* pada *website* Swacreative yang telah dilakukan dengan metode kuesioner dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa *website* telah berhasil memenuhi aspek *learnability* dibuktikan dari hasil persentase sebesar (30,7%) menyatakan sangat setuju dan (48,3%) menyatakan setuju. Meskipun terdapat minoritas yang tidak sepenuhnya setuju, namun persentasenya relatif rendah yaitu sebesar (4,4%) menyatakan sangat tidak setuju dan (7,8%) menyatakan tidak setuju.
4. Berdasarkan pengujian prinsip *usability* aspek *efficiency* pada *website* Swacreative yang telah dilakukan dengan metode kuesioner dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa *website* telah berhasil memenuhi aspek *efficiency* dibuktikan dari hasil persentase sebesar (36%) menyatakan sangat setuju dan (38,1%) menyatakan setuju. Meskipun terdapat minoritas yang tidak sepenuhnya setuju, namun persentasenya relatif rendah yaitu sebesar (3,4%) menyatakan sangat tidak setuju dan (13,7%) menyatakan tidak setuju. Serta kinerja *website* dinilai cukup tinggi dengan skor 95 dan nilai B

yang telah diuji menggunakan tools cek kecepatan *website*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bias Yulisa Geni, None Asep Supriyadi, None Husnul Khotimah, & None Weni Indri Yanti. (2024). Rancang Bangun Company Profile Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus : APM Frozen Food). *Jurnal Restikom*, 6(1), 75–85. <https://doi.org/10.52005/restikom.v6i1.260>
- Harsono, A. (2022). Konvergensi Jogja TV dan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Multimedia Dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.56873/jimk.v7i2.194>
- IFrame Multimedia. (2024). IFrame Multimedia | *Professional Video Services*. IFrame Multimedia. <https://www.iframemultimedia.com/>
- Nielsen, J. (1993). *Designing web usability (1st ed.)*. New Riders Pub.
- Nurlailah, E., & Wardani, N. (2023). PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI OLEH-OLEH KHAS KOTA PAGARALAM. *Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika*, 8(4), 1175–1185. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i4.4006>
- Phoenix Multimedia. (2024). Front page - Phoenix. Phoenix Multimedia. <http://phoenixmultimedia.id/>
- Ramdhan, S., Tullah, R., & Janah, S. N. (2019). Iklan Animasi Stop Bullying Pada SD Negeri Cibadak II Berbasis Multimedia. *JURNAL SISFOTEK GLOBAL*, 9(2). <https://doi.org/10.38101/sisfotek.v9i2.240>
- Sirius Official. (2024). Sirius Official. Sirius Multimedia Nusantara. <https://siriusofficial.id/>