

## **Pengembangan Konvergensi Media Berbasis Website Company Profile “Swacreative”**

### **Development Of Media Convergence Based On Company Profile Website “Swacreative”**

Anindya Rahma Putri Pradhani<sup>1</sup>, Aprilina Dwi Astuti<sup>2</sup>, David Kristiadi<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>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**

*Companies need to present their identities, services, products and works to the public, using company profile websites. Some media can be converged into a company profile website to inform complete company information in an interesting way. However, in developing media convergence for company profiles based on websites, there are still many websites that have not implemented usability yet, so users face difficulties to get the information. Therefore, the development of a media convergence based on company profile website "Swacreative", implements the principle of usability with aspects of learnability and efficiency. Learnability and efficiency are applied to content layout, text types and colors, navigation features, photo and video display options. Usability testing was followed by 41 respondents. The test result shows that the website met the learnability and efficiency aspects. Majority of respondents agree that the website was easy to understand and to learn, the website's interactions were clear and easy to understand, the website's pages appeared without errors, the website's text types and colors were clearly readable and the website's menu structures were easy to understand. Meanwhile, about the efficiency aspect of the website, the majority of respondents agree that the menus were displayed fast, navigation options were available, content design was structured, photo and video display options were available, and the website was able to be accessed using a multi web browser.*

**Keywords:** *media convergence, website, learnability, efficiency*

#### **Abstrak**

Perusahaan perlu mempresentasikan identitas, layanan, produk dan karyanya kepada khalayak luas salah satunya melalui website *company profile*. Di dalam *website company profile* dapat dikonvergensi beberapa media untuk menyajikan informasi perusahaan yang lengkap dan menarik. Hanya saja, dalam mengembangkan konvergensi media berbasis *website company profile* belum semua menerapkan *usability*, sehingga pengguna mengalami hambatan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan. Oleh karena itu, konvergensi media berbasis *website company profile* “Swacreative” dikembangkan dengan memperhatikan prinsip *usability* terutama pada aspek *learnability* dan *efficiency*. 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. Hasil pengujian usability website oleh 41 responden diperoleh kesimpulan bahwa *website* telah memenuhi aspek *learnability* dan *efficiency*. Terkait dengan aspek *learnability*, mayoritas responden setuju 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. Terkait aspek *efficiency* responden mayoritas setuju bahwa menu tampil cepat, tersedia pilihan navigasi, desain konten terstruktur, tersedia opsi tampilan foto dan video serta *website* mampu diakses melalui beberapa *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*. *Website* merupakan sebuah aplikasi yang menyajikan berbagai multimedia berupa teks, gambar, video, animasi, suara yang dapat diakses melalui *web browser* (Nurlailah & Wardani, 2023). *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 (Geni et al., 2024)(Bias Yulisa Geni et al., 2024). *Company profile* atau profil perusahaan adalah tulisan yang berisi gambaran umum mengenai informasi perusahaan dan produk yang ditawarkan untuk menarik perhatian pelanggannya (Ramdhan et al., 2019). Perusahaan dapat menyampaikan 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. *Usability* merupakan sebuah penilaian untuk mengukur kemudahan pengalaman pengguna saat menggunakan *user interface* (Hodrien & Fernando, 2021; Nielsen, 1999; Sagar & Saha, 2017). 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* (Hodrien & Fernando, 2021; Nielsen, 1993; Sagar & Saha, 2017) 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 beberapa konvergensi media berbasis *website company profile* tentang jasa produksi foto atau audio visual yang belum mengimplementasikan prinsip *usability*. Beberapa contoh *website* tersebut misalnya [iframemultimedia.com](http://iframemultimedia.com) (2024) dan [phoenixmultimedia.id](http://phoenixmultimedia.id) (2024)

*Website* [phoenixmultimedia.id](http://phoenixmultimedia.id), (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*.

*Website* [iframemultimedia.com](http://iframemultimedia.com), (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.

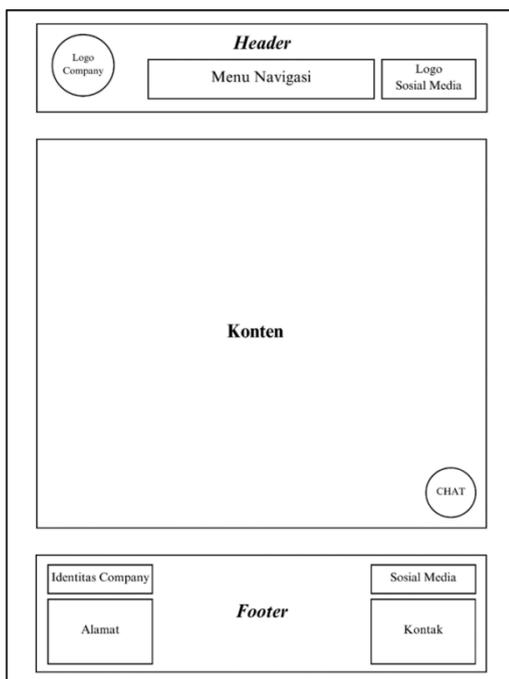
Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, pengembangan *website company profile* di bidang jasa produksi foto dan audio visual perlu menerapkan prinsip *usability* sehingga memperoleh tingkat penerimaan yang baik oleh pengguna. Oleh karenanya pengembangan *website* perusahaan Swacreative perlu menerapkan prinsip *usability*. Swacreative adalah perusahaan rintisan di bidang layanan/jasa multimedia yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini belum memiliki media *online* berupa *website* perusahaan. Pengembangan *website* didasari pada kebutuhan utama untuk menyajikan konten-konten konvergensi media yang berupa teks, gambar dan video tentang informasi perusahaan.

Dalam pengembangan *website* Swacreative diterapkan prinsip *usability* dengan fokus pada aspek *learnability* dan *efficiency*. Fokus pengembangan *website* terhadap kedua aspek ini dapat menciptakan pengalaman pengguna yang berkesan dalam

berinteraksi dengan *website*. 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 wawancara dengan *stakeholder* perusahaan, serta pengambilan data berupa informasi, foto maupun video, kemudian merencanakan isi konten pada *website*.



Gambar 1 *Mockup Website Swacreative*

Tahap selanjutnya pada tahapan produksi dilakukan pembuatan konten, pembuatan akun media sosial, pengembangan *website* dan konfirmasi

konten ke *stakeholder*. Pada tahap pembuatan konten, dilakukan penggabungan elemen teks, gambar, video dengan membuat artikel, *editing* foto dan video. Hasil pembuatan konten kemudian diupload di media sosial menggunakan *platform* Instagram, TikTok dan YouTube.

Pada tahap pengembangan konten dilakukan pembelian layanan *server* berupa *file hosting* dan *domain* swacreative.com. Pada layanan *file hosting* diinstall WordPress. Kemudian dilanjutkan pengembangan tampilan *website* yang memenuhi prinsip *usability* aspek *learnability* dan *efficiency*. Untuk memenuhi aspek *learnability* dilakukan beberapa hal yaitu penentuan/pemilihan *layout*, *company color*, *font*, dan susunan menu navigasi.

*Layout* yang digunakan adalah *single column*, sehingga memiliki tampilan *website* menjadi lebih sederhana dan mudah dipelajari. *Layout* yang dimaksud ditampilkan pada Gambar 1. Dengan bentuk *layout* seperti ini, diharapkan pengguna mendapatkan keseluruhan informasi yang ditampilkan di halaman *web* hanya dengan *scrolling*.

Pemilihan *company color* seperti pada Gambar 2. Warna biru digunakan untuk tombol dan *font* navigasi ketika di *hover*. Warna kuning untuk warna tombol ketika tombol di *hover*. Warna putih dan hitam digunakan sebagai *background* dan tulisan.



Gambar 2 *Palette color website swacreative*



Gambar 3 Pilihan jenis font

Jenis font yang dipilih untuk website Swacreative seperti pada Gambar 3. Font Helvetica digunakan untuk heading. Font Montserrat digunakan sebagai teks pada tombol dan menu navigasi. Font Poppins digunakan untuk teks deskripsi/artikel di setiap halaman website.

Menu navigasi disusun dengan sederhana, untuk memudahkan pengguna mengakses informasi. Susunan navigasi seperti pada Gambar 4.



Gambar 4 Susunan menu website Swacreative

Penekanan aspek efficiency dilakukan pada peletakan komponen navigasi dan integrasi konten sosial media dengan website. Tombol-tombol media sosial (Gambar 5) ditempatkan di header dan footer. Tombol ini diletakkan dan menambahkan video/konten dari media sosial seperti pada Gambar 6.

Akhir pada tahap produksi dilakukan konfirmasi konten dan layout website kepada stakeholder.



Gambar 5 Tombol media sosial di header, footer dan side page dari website Swacreative



Gambar 6 Integrasi media sosial ke dalam website Swacreative

Pada tahap pasca produksi dilakukan publishing halaman website. Tahap ini juga dilakukan evaluasi dan perbaikan halaman website terutama 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 melibatkan sebanyak 41 responden. Pengujian yang dilakukan meliputi kelengkapan fungsi menu navigasi dan kompatibilitas tampilan website pada perangkat yang berbeda. Pengujian ini dilanjutkan dengan evaluasi menggunakan kuesioner. Terdapat beberapa pernyataan kuesioner dengan skala Likert 1- 5 dengan 1 mewakili sangat tidak setuju (STS) dan 5 mewakili sangat setuju (SS). Berikut Tabel 1 berisi pernyataan kuesioner pada tahap pengujian usability:

Tabel 1 Daftar pertanyaan kuesioner pada pengujian *usability website*

Index	Pernyataan
Q1	<i>Website</i> mudah untuk dipahami dan dipelajari
Q2	Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan mudah dimengerti
Q3	Semua halaman <i>website</i> dapat tampil tanpa adanya kesalahan
Q4	Jenis dan warna teks yang digunakan pada <i>website</i> jelas untuk dibaca
Q5	Struktur menu <i>website</i> mudah untuk dipahami
Q6	Menu dapat tampil dengan cepat saat diklik
Q7	Tersedia beberapa pilihan navigasi
Q8	Desain konten <i>website</i> terstruktur
Q9	Tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video
Q10	Kemampuan <i>website</i> untuk diakses melalui beberapa <i>web browser</i>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan konvergensi media untuk *website* Swacreative telah menerapkan *usability* dengan fokus pada aspek *learnability* dan *efficiency*. Tampilan halaman depan *website* seperti pada Gambar 7. Setelah dilakukan uji coba dan mendapatkan respon dari 41 responden diperoleh hasil seperti pada Tabel 2.

Gambar 7 Tampilan halaman beranda *Website* SwacreativeTabel 2 Hasil kuesioner pengujian *usability website*

Pernyataan	Jawaban (%)				
	STS	TS	CS	S	SS
Q1	2.4	9.5	4.8	57.1	23.8
Q2	2.4	7.1	14.3	38.1	35.7
Q3	7.1	7.1	7.1	50.0	26.2
Q4	2.4	7.1	14.3	42.9	31.0
Q5	7.1	7.1	2.4	47.6	33.3
Q6	0.0	9.5	21.4	40.5	26.2
Q7	2.4	7.1	7.1	42.9	38.1
Q8	2.4	9.5	14.3	33.3	38.1
Q9	4.8	11.9	4.8	45.2	31.0
Q10	7.1	4.8	19.0	23.8	42.9

Terkait dengan dipenuhinya aspek *learnability* dapat dilihat pada perhitungan kuesioner pada pernyataan Q1-Q5, diperoleh bahwa mayoritas responden setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan Q1-Q5. Hal yang sama terkait terpenuhinya aspek *efficiency* dapat dilihat pada hasil perhitungan jawaban responden dari pernyataan Q6-Q10. Hasil yang diperoleh sebagian besar responden memiliki penilaian setuju hingga sangat setuju.

Terhadap hasil pernyataan Q1 (*Website* mudah untuk dipahami dan dipelajari), dengan hasil mayoritas responden setuju dan sangat setuju, salah satu faktor yang mendukung adalah tata letak/penataan *website*. *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 penguna

memiliki preferensi tertentu mengenai tampilan tata letak, navigasi atau fitur yang disediakan *website*.

Pada Pernyataan Q2 - Interaksi dengan *website* jelas dan mudah dimengerti, sebagian besar responden setuju dan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Faktor pendukung terhadap pernyataan Q2 yaitu *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.

Terhadap pernyataan Q3 - Semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan, diperoleh 50% setuju dan 26,2% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa *website* dapat memenuhi fungsionalitasnya dalam menampilkan informasi. Hal yang dilakukan supaya *website* dapat menampilkan informasi tanpa ada kendala yaitu pada saat pengembangan *website* sebelum *website* dipublikasikan dilakukan *preview*. *Preview* yang dilakukan di menggunakan *mode desktop*, tablet dan *mobile*. Sementara minoritas pengguna tidak menyetujui semua halaman *website* dapat tampil tanpa adanya kesalahan, hal ini dikarenakan beberapa responden mengalami kendala dalam muat halaman, gambar yang tidak muncul atau link yang tidak berfungsi akibat koneksi internet yang terganggu..

Pernyataan Q4, berkaitan dengan jenis dan warna teks yang digunakan pada *website*. Responden menyatakan setuju sebanyak 42.9% dan sangat setuju sebanyak 31,0%. Faktor pendukung utama diperolehnya penilaian tersebut yaitu 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*.

Pernyataan Q5 mengenai struktur menu *website* mudah untuk dipahami. Pada data Tabel 2, baris Q5, ditampilkan informasi 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 di bagian 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.

Pernyataan Q1-Q5 berkaitan dengan performa *website* terhadap kemudahan dipelajari (aspek *learnability*). Hasil kuesioner dari Q1-Q5 jika di ambil rata-rata maka diperoleh STS = 4.3%; TS = 7.6%; CS = 8.6%, S=47.1% dan SS=30.0%. Hasil perhitungan tersebut berarti *website* Swacreative telah memenuhi aspek *learnability*.

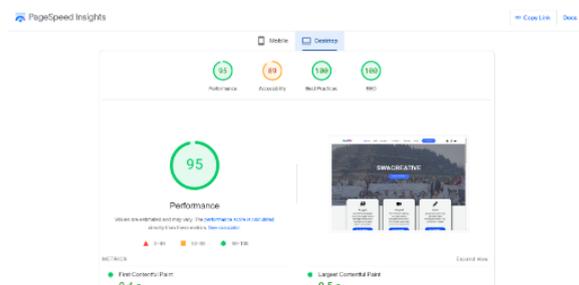
Pernyataan Q6 - Q10 berkaitan dengan performa pengguna *website* dalam menyelesaikan mengakses tugas mengakses fitur-fitur dalam *website*. Terhadap pernyataan Q6 - Menu dapat tampil dengan cepat saat diklik, diperoleh bahwa mayoritas responden menyatakan setuju 40,6 % dan

sangat setuju 26.2%. Faktor pendukung terhadap pernyataan ini adalah penggunaan tema yang ringan yang memiliki fitur modifikasi struktur menu. Dengan hal ini tidak dibutuhkan lebih banyak penggunaan *plugin*. Semakin banyak *plugin* yang digunakan maka semakin lama waktu yang dibutuhkan dalam mengakses *website*. terhadap pendapat minoritas minoritas yang tidak setuju mengenai *website* dapat tampil dengan cepat, dikarenakan koneksi internet yang lambat, masalah teknis *server*, ataupun beberapa responden memiliki ekspektasi yang sangat tinggi terhadap kecepatan *website*.

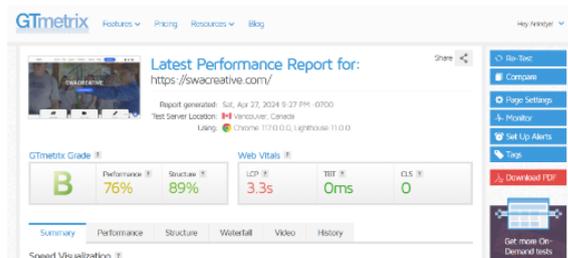
Terkait dengan kecepatan *website* dalam memuat semua fitur, dan informasi *website*, dilakukan juga pengujian kecepatan akses *website* menggunakan *tools* yaitu PageSpeed Insight, dan GTmetrix. PageSpeed Insight merupakan salah satu *tools* dari Google yang dapat digunakan untuk mengecek kecepatan *website*. Sedangkan GTmetrix adalah *software* yang berfungsi menganalisis performa *website*. hasil pengujian menggunakan PageSpeed *Insight* mendapatkan skor 95 seperti pada Gambar 8. Hal ini berarti kecepatan kinerja pada *website* Swacreative terbilang memiliki performa yang baik. Hasil pengujian menggunakan GTmetrix menampilkan nilai B seperti pada Gambar 9 yang berarti *website* Swacreative memiliki performa yang dapat dikatakan baik.

Pada Pernyataan Q7- Tersedia beberapa pilihan navigasi, terdapat sebanyak 42.9% setuju dan 38.1% sangat setuju. *Website* Swacreative 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.



Gambar 8 Pengujian menggunakan PageSpeed Insight



Gambar 9 Pengujian menggunakan GTmetrix

Pernyataan Q8 - Desain konten *website* terstruktur, terhadap pernyataan ini sebagian besar menyatakan setuju 33.3 % dan sangat setuju (38.1 %). faktor pendukung bagi responden untuk menyatakan setuju dan sangat setuju dikarenakan 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*.

Pernyataan Q9 - berkaitan dengan tersedianya beberapa opsi tampilan foto dan video. Terhadap pernyataan ini sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pada *website* Swacreative tersedia beberapa opsi tampilan foto dan video. Di dalam *website* Swacreative disediakan beberapa opsi tampilan foto dan video mulai dari mode *grid*, *slide* hingga *fullscreen* yang dapat digunakan oleh penggunanya. 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.

Terkait pernyataan Q10 - Kemampuan *website* untuk diakses melalui beberapa *web browser*. Dari jawaban pernyataan ini, dapat ditampilkan pada Tabel 2, baris ke 10, terdapat data bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju (42,9%) dan setuju (23,8 %). Untuk memastikan *website* dapat diakses oleh responden dengan berbagai *device* dan *browser*, maka dilakukan tahap uji coba secara mandiri/*preview* halaman *web* di berbagai *browser* seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Opera dan Microsoft Edge untuk mengecek tampilan dan fitur fungsi di dalam *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.

Hasil kuesioner pada pernyataan Q6-Q10 jika di rata-rata maka diperoleh STS = 3.3%; TS = 8.6%; CS = 13.3%, S=37.1% dan SS=35.2%. Dengan hasil penilaian mayoritas setuju dan sangat setuju menunjukkan *website* Swacreative telah memenuhi aspek *efficiency*.

## SIMPULAN

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.

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*.

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 (47,1%) menyatakan setuju dan (30.0%) menyatakan sangat setuju.

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 35,2% menyatakan sangat setuju dan 37,1% menyatakan setuju. Ketika diuji dengan PageSpeed Insights diperoleh score 95, dan dengan GTmetrix diperoleh nilai B yang menunjukkan *website* memiliki kinerja dan kecepatan yang baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Geni, B. Y., Supriyadi, A., Khotimah, H., & Yanti, W. I. (2024). Rancang Bangun Company Profile Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus: APM Frozen Food). *Jurnal RESTIKOM : Riset Teknik Informatika Dan Komputer*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.52005/restikom.v6i1.260><https://doi.org/10.1007/s41870-017-0048-1>
- Harsono, A. (2022). Konvergensi Jogja TV dan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Multimedia Dan Komunikasi*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.56873/jimk.v7i2.194>
- Hodrien, A., & Fernando, T. (2021, May 28). *A Review of Post-Study and Post-Task Subjective Questionnaires to Guide Assessment of System Usability—JUX*. *JUX - The Journal of User Experience*. <https://uxpajournal.org/review-post-study-task-subjective-questionnaires-usability/>
- iframemultimedia.com. (2024). *IFrame Multimedia | Professional Video Services*. <https://www.iframemultimedia.com/>
- Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Academic press.
- Nielsen, J. (1999). *Designing web usability* (1st ed.). New Riders Pub.
- Nurlailah, E., & Wardani, K. R. N. (2023). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota Pagaralam. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), Article 4. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i4.4006>
- phoenixmultimedia.id. (2024). *Front page—Phoenix*. <http://phoenixmultimedia.id/>
- Ramdhan, S., Tullah, R., & Janah, S. N. (2019). *Iklan Animasi Stop Bullying Pada SD Negeri Cibadak II Berbasis Multimedia | Ramdhan | JURNAL SISFOTEK GLOBAL*. 9(2). <http://dx.doi.org/10.38101/sisfotek.v9i2.240>
- Sagar, K., & Saha, A. (2017). A systematic review of software usability studies. *International Journal of Information Technology*. <https://doi.org/10.1007/s41870-017-0048-1>