

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan sekumpulan data ataupun fakta yang telah diproses dari suatu sumber dengan tujuan dapat bermanfaat untuk penerimanya. Informasi ini dapat bersifat privasi maupun umum, ketika suatu informasi bersifat umum maka informasi dapat diakses oleh masyarakat umum. Informasi dapat diartikan sebagai data yang telah diproses dan diubah menjadi konteks yang lebih berarti. Sehingga data tersebut memiliki makna dan juga nilai bagi si penerima data dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan (Jevi Nugraha, 2021).

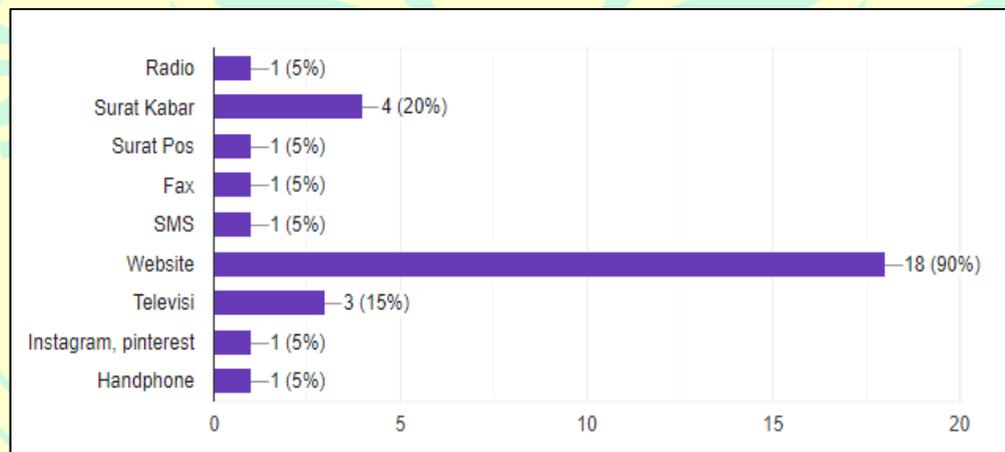
Dengan adanya informasi yang tepat, penerima merasa yakin dengan keputusan yang dipilih. Hal ini dipermudah pada era *Society 5.0* ini, dimana informasi dapat diakses hanya dengan satu sentuhan jari, seolah-olah seluruh informasi berada dalam sebuah gengaman tangan. Hal tersebut terjadi karena perkembangan teknologi yang semakin cepat dan sangat memukau. Teknologi yang dibuat oleh manusia ini dapat membantu pekerjaan manusia sehingga pekerjaan tersebut tidak memerlukan waktu yang lama melainkan secara singkat. Tetapi terkadang tidak semua teknologi itu baik karena ada kalanya dalam teknologi yang ada informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta atau yang lebih dikenal dengan berita atau informasi bohong atau hoaks (Meigitaria Sanita, 2023).

Kesalahan pada informasi dapat terjadi karena beberapa hal misalnya sumber yang salah, penerima yang salah menerima informasi, serta karena informasi yang belum diperbaharui sehingga terjadi kesalah pahaman. Alasan tersebut membuat sebagian besar organisasi memiliki *website* khusus yang berperan sebagai *company profile* instansi mereka. *Company profile* saat ini menjadi ajang promosi bagi setiap organisasi dengan memaparkan profil suatu organisasi.

*Company profile* dalam sebuah *website* menjadi salah satu wadah untuk memperkenalkan lembaga pendidikan atau sekolah kepada masyarakat dan menjadi salah satu strategi sekolah dalam menjangkau dan mendapatkan siswa baru di setiap tahunnya. Selain itu informasi ini diberikan kepada orang tua atau keluarga siswa, pemerintah, industri, dan sebagai bentuk keterbukaan informasi publik. Itulah

mengapa *company profile* sekolah dibuat semenarik mungkin agar dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat juga. *Company profile* ini mengelola beberapa informasi seperti nama sekolah, alamat, kota, tanggal berdiri, kontak sekolah, sejarah sekolah, visi dan misi sekolah, kurikulum apa yang digunakan sekolah, sarana dan prasarana sekolah, informasi terkait guru, staf dan karyawan ataupun informasi terkait siswa dan alumni, serta informasi tentang sekolah lainnya.

Saat ini *company profile* bukan hanya sekedar brosur maupun media cetak saja. Kini masyarakat sering mengakses informasi sebuah *web* tidak saja menghemat waktu dan tempat, tapi juga biaya. Jika memikirkan investasi yang ditanamkan dalam membangun situs, investasi membangun situs di internet jauh lebih murah dibandingkan dengan radio, surat kabar, surat pos, fax, SMS dan televisi. Masyarakat saat ini sudah terbiasa mencari dan mendapatkan informasi dari internet mengikuti era saat ini. Sebelumnya penulis melakukan observasi awal terhadap subyek penelitian menggunakan kuesioner. Hasilnya 90% dari 20 responden lebih memilih untuk mencari informasi lewat *website*.



Gambar 1. 1 Grafik kuesioner sumber informasi yang diminati

SMK Karya Guna Jakarta memiliki 4 jurusan, yaitu: Teknik Instalasi Tenaga Listrik, Teknik Audio Video, Teknik Komputer dan Jaringan, serta Teknik Kendaraan Ringan Otomotif. Tetapi SMK ini sampai saat ini masih belum memiliki *company profile* untuk memasarkan hasil karya berupa produk maupun jasa dari para siswanya karena tidak memiliki wadah untuk menampung informasi tersebut. Sejatinya *company profile* akan menjadi sebuah strategi pemasaran yang baik bagi SMK Karya Guna Jakarta untuk menarik perhatian calon siswa serta calon wali

siswa.

Menurut Muhamad Agung Dermawan, S.Kom sebagai Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum di SMK Karya Guna Jakarta, dianggap perlu adanya suatu wadah untuk menyalurkan serta mempromosikan karya serta jasa yang sekolah miliki. Selain itu juga dapat menarik perhatian calon siswa dan juga instansi lainnya agar nantinya dapat bekerjasama dengan sekolah melalui praktik kerja lapangan maupun bentuk kerjasama lainnya.

Strategi memerlukan penanganan yang hati-hati sebab jika penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk akan gagal dan mengalami kerugian, terutama kerugian waktu, materi dan tenaga. Strategi pada sekolah merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Onong, 2008: 32).

Di era *society* 5.0 ini strategi untuk menarik minat calon siswa SMK Karya Guna Jakarta dapat dengan mudah dilakukan melalui *website* untuk memperoleh informasi *company profile* dari SMK Karya Guna Jakarta dengan mudah.

Manfaat dari *company profile* itu sendiri merupakan sumber media informasi selain memberikan informasi juga dapat memberikan gambaran umum terkait instansi. *Company profile* sebagai alat pemasaran dan memperkuat *branding* kepada masyarakat luas. Dengan isi berupa informasi terkait kegiatan, visi, misi, deskripsi serta profil dari instansi tersebut. *Company profile* berfungsi juga sebagai strategi untuk menarik perhatian *user* agar tertarik dengan instansi tersebut.

*Company profile* suatu sekolah saat ini sangatlah dibutuhkan oleh karena itu perlu adanya perancangan desain *website* yang menarik dan juga sesuai dengan prinsip-prinsip desain agar dapat menarik perhatian masyarakat umum untuk minat pada SMK Karya Guna Jakarta. Desain yang digunakan harus sesuai dengan minat dari calon *user* serta harus memiliki fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan *user*.

*Website* dapat dirancang menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) bertujuan agar tampilan akhir sesuai dengan keinginan serta kebutuhan *user*. *User Centered Design* (UCD) adalah metode dalam suatu perancangan desain yang berfokus pada kebutuhan *user*, sehingga desain web yang dikembangkan dengan

UCD dapat dioptimalkan dan berfokus pada kebutuhan pengguna sehingga diharapkan web yang akan mengikuti kebutuhan pengguna. Tujuan utamanya adalah agar web yang akan dikembangkan dapat berguna dan dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna. Menurut Lowdermil (2013), *User centered design* (UCD) merupakan metode yang digunakan dalam membangun sebuah produk perangkat lunak dengan memastikan bahwa produk yang dibangun sesuai dengan kebutuhan pengguna (Henim et al., 2019).

Dengan demikian perlu adanya suatu kriteria atau standar dalam proses perancangan. Standar yang sesuai dalam perancangan *company profile* SMK Karya Guna Jakarta berdasarkan ISO 9241-210. Pada standar ISO ini terdapat empat aktifitas penting dalam mengembangkan *user interface* dan *user experience* yang bisa memenuhi kriteria dari kebutuhan *web company profile*, yaitu: *Understand and specify the context of use, Specify the user requirements, Produce design solutions to meet these requirements, Evaluate the designs against requirements* (Saito dan Ogawa, 1994).

Pada ISO 9241-210 membahas salah satu syarat sistem *website* yang baik itu adalah mempunyai *usability* yang berpusat terhadap pengguna. *Usability* adalah sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif, efisiensi dan pengguna menjadi puas dalam konteks penggunaan. Secara umum pengertian *Usability* adalah atribut dari kualitas yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana mudahnya sebuah antar muka digunakan. Sehingga standar tersebut menghasilkan *web company profile* yang baik dari segi tampilan dan juga dari pengalaman *user* saat menggunakan.

Diharapkan purwarupa *website* ini akan sesuai dengan kebutuhan pengguna karena menggunakan metode UCD dalam proses pembuatannya. Disamping itu dalam proses pembuatannya juga menggunakan ISO 9241-210 diharapkan *website* ini dapat digunakan dengan efektif, efisien dan membuat penggunaannya menjadi puas dengan kinerja *website* ini.

Oleh karena itu penulis melakukan perancangan purwarupa *web company profile* pada SMK Karya Guna Jakarta menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) berdasarkan standar ISO 9241-210 agar tampilan dari *company profile* nantinya akan terlihat menarik dan sesuai dengan kebutuhan calon *user*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penyampaian informasi terkait sekolah masih dilakukan secara manual sehingga kurang efisien dan efektif.
2. Perlunya dilakukan strategi baru dalam rangka melakukan promosi SMK Karya Guna Jakarta untuk menarik minat para calon siswa.
3. Belum adanya rancangan *company profile* di SMK Karya Guna Jakarta berbasis *website*.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, penelitian ini dibatasi pada:

1. *Web company profile* hanya dirancang untuk SMK Karya Guna Jakarta.
2. *Web company profile* dibuat hanya sampai tahap pengujian, tahap pengembangan berikutnya akan dilakukan oleh pihak sekolah.
3. Rancangan *web company profile* ditujukan untuk masyarakat umum.
4. Proses perancangan *web company profile* menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) berstandar ISO 9241-210.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan proses latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penulisan ini, yaitu: “Bagaimana merancang dan mengimplementasikan *website company profile* SMK Karya Guna Jakarta menggunakan Metode *User Centered Design* (UCD)?”

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menghasilkan rancangan *purwarupa web company profile* SMK Karya Guna Jakarta berupa *front end* menggunakan metode *User Centered Design* (UCD).

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini, diantaranya:

1. Memudahkan masyarakat umum untuk mencari informasi terkait SMK Karya

Guna Jakarta.

2. *Purwarupa web company profile* dapat menjadi wadah untuk promosi SMK Karya Guna Jakarta agar menjadi lebih efisien dan efektif.
3. Menjadi salah satu bahan masukan untuk pengembangan dalam penelitian *web company profile* menggunakan metode UCD selanjutnya.

