

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kumpulan data yang telah diproses sehingga data tersebut memiliki makna yang relevan serta akurat untuk digunakan dalam pengambilan keputusan (Maydianto & Ridho, 2021). Di era digital ini, perkembangan teknologi semakin pesat sehingga memudahkan manusia dalam mencari serta menyebarkan informasi dengan cepat dan efisien. Pemanfaatan teknologi sudah banyak diterapkan dalam berbagai bidang dan memberikan kemudahan secara akses, jarak, dan waktu (Fitria et al., 2021) seperti web pada sektor pendidikan, bisnis, kesehatan, dan bidang lainnya. Dengan adanya internet, semakin memudahkan teknologi informasi dapat digunakan serta diakses kapan pun dan di mana pun oleh pengguna.

Sekolah merupakan sebuah institusi untuk mendidik generasi bangsa. Seluruh orangtua pastinya menginginkan anak mereka mendapatkan pendidikan terbaik di sekolah. Salah satu indikator yang menentukan sekolah tersebut baik dapat dilihat melalui jumlah siswa yang mendaftar ke sekolah tersebut (Permatasari, 2024). Sekolah dengan citra yang baik mempunyai peluang yang lebih luas karena semakin baik pandangan masyarakat terhadap citra sekolah, memungkinkan banyaknya partisipasi masyarakat terhadap sekolah tersebut (Ferdiana et al., 2024). Untuk mendapatkan citra yang positif dihadapan masyarakat sekolah perlu melakukan strategi promosi yang tepat.

Promosi sekolah dapat diartikan sebagai usaha memperkenalkan sekolah kepada calon siswa dan orangtua siswa sehingga memungkinkan di masa mendatang siswa atau orangtua siswa merekomendasikan sekolah tersebut. Kegiatan promosi dapat dilakukan dalam dua cara yakni cara konvensional dan cara modern. Cara konvensional dilakukan dengan menyebarkan informasi secara lisan dari mulut ke mulut, membagikan brosur, berkunjung langsung ke sekolah dan lainnya. Cara ini kurang efisien dari segi biaya, waktu, dan jangkauan pengguna (Nurkhozin, 2022). Untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dapat melakukan promosi dengan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan website. Ada pun *platform* media

sosial yang digunakan oleh masyarakat seperti Instagram, Youtube, Facebook, TikTok, WhatsApp, dan lain-lain. Meskipun media sosial mampu menjangkau banyak masyarakat tetapi struktur informasi yang diberikan tidak begitu sistematis sehingga cenderung informal (Abdul et al., 2023).

Selain media sosial, teknologi yang berkembang dan banyak digunakan ialah *website*. *Website* adalah media yang terdiri dari beberapa halaman yang saling berkaitan dan berfungsi sebagai media penampil informasi dalam bentuk teks, gambar, video, atau gabungan semuanya (Elgamar, 2020). Saat ini sudah banyak sekolah yang memanfaatkan teknologi berbasis web. Pemanfaatan *website* oleh institusi pendidikan dapat memfasilitasi penyebaran informasi serta promosi yang efektif dan lebih profesional (Purba et al., 2024). *Website* dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan instansi pendidikan atau sekolah kepada masyarakat umum. *Website* juga dapat menjadi media promosi yang menarik minat calon siswa dan orangtua siswa untuk mendaftar ke sekolah dengan mempermudah pencarian informasi yang akurat dan terkini (Sari & Kholil, 2025). Hal ini membantu pengguna dalam menggali informasi tentang sekolah seperti sejarah sekolah, visi misi, sarana dan prasarana, prestasi siswa, dan informasi lainnya tanpa perlu mengunjungi sekolah secara langsung sekaligus memberikan gambaran mengenai sekolah dalam menjalankan sistem pendidikan.

SMPN 146 Jakarta merupakan sebuah lembaga pendidikan yang memiliki tujuan utama yaitu mencerdaskan anak bangsa. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Novi Purwanto AW selaku guru Informatika diketahui SMPN 146 Jakarta belum memiliki *website* resmi sekolah. Sebelumnya SMPN 146 Jakarta memiliki profil sekolah dalam bentuk blog yang memuat visi misi, album foto, berita, kontak, dan informasi lainnya. Namun blog tersebut sudah lama tidak aktif dan terakhir dikelola pada tahun 2017 sehingga informasi yang ada kurang *update*. Selain itu, dari segi estetika dan fungsionalitas belum maksimal. Berikut tampilan blog SMPN 146 Jakarta sebelumnya terdapat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Blog SMPN 146 Jakarta

Sumber: <https://smpn146.blogspot.com/>

Sebelum orangtua mendaftarkan anaknya ke SMPN 146 Jakarta, mereka mencari informasi terlebih dahulu dan dari hasil wawancara bersama dengan dua wali murid di dapatkan bahwa mereka mengetahui informasi tersebut dari rekomendasi tetangga sekitar rumah yang mengatakan bahwa sekolah ini bagus sehingga meyakinkan keputusan orangtua untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah ini. Selain itu, menurut Ibu Helena selaku wakil sekolah menyatakan sekolah ini belum melakukan *open house* sebagai salah satu bentuk pelaksanaan kegiatan promosi sekolah walau begitu sekolah membuka kesempatan bagi pihak luar untuk melakukan kerja sama.

Saat ini penyebaran informasi dan promosi SMPN 146 Jakarta dilakukan hanya melalui media sosial Instagram dan Youtube yang berisi dokumentasi kegiatan sekolah. Dengan *username* Instagram @smpn146 berisi 845 postingan dengan jumlah pengikutnya sebanyak 3623 dan *username* Youtube @smpn 146 berisi 70 konten video dengan jumlah *subscriber* sebanyak 1,48 ribu orang. Berikut merupakan tampilan media sosial Instagram dan Youtube sekolah terdapat pada Gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Instagram dan Youtube SMPN 146 Jakarta

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan ditemukan bahwa jumlah *like* pada postingan konten pada media sosial sekolah tidak sampai setengah dari total pengikut. Hal ini disebabkan karena pengelolaan media sosial yang masih kurang maksimal. Oleh karena itu, menurut beliau dibutuhkan sebuah profil sekolah berbasis *website* yang diharapkan dapat bermanfaat menjadi identitas sekolah sekaligus media informasi dan promosi sekolah.

Website yang efektif mempunyai standar meliputi keterbacaan yang berkaitan dengan tampilan *website*, kecepatan perpindahan antar halaman, kesesuaian isi yang ada pada halaman *website* (Anggraeni et al., 2024). Hal ini berkaitan dengan *user interface* (UI) dan *user experience* (UX). *User interface* berfokus pada tampilan visual yang mencakup elemen seperti warna, tata letak, tipografi, ikon dan elemen grafis lainnya sedangkan *user experience* berfokus pada pengalaman pengguna mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan, responsivitas, dan harapan pengguna (Al Husaini et al., 2023). Dengan menerapkan UI/UX kedalam pembuatan profil sekolah dapat menjadikan *website* yang dirancang lebih baik. *Website* yang baik dapat meningkatkan kualitas layanan pemberian informasi kepada masyarakat karena mempermudah pengguna dalam menemukan informasi yang aktual dan lengkap di dalam *website* sehingga secara tidak langsung juga mendukung pengambilan keputusan calon orangtua siswa dan siswa dalam memilih sekolah (Sudirman et al., 2024).

Dalam proses perancangan UI/UX membutuhkan metode yang tepat agar hasil desain yang dirancang sesuai. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *User Centered Design* (UCD). UCD merupakan salah satu metode yang baik dalam merancang situs web dan aplikasi serta berfokus pada pengguna sehingga menghasilkan produk yang lebih efisien, memuaskan, dan *user friendly* (Suakanto et al., 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul “Perancangan UI/UX Profil Sekolah SMPN 146 Jakarta Berbasis Web Dengan Metode *User Centered Design*” diharapkan hasil perancangan ini dapat mempermudah serta meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses informasi sekolah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi ke dalam beberapa poin sebagai berikut:

1. Penyebaran informasi dan promosi sekolah dengan cara konvensional kurang efisien dari segi biaya, waktu, dan jangkauan pengguna.
2. SMPN 146 Jakarta mempunyai blog sebagai media informasi namun sudah lama tidak dikelola dan dari segi estetika belum maksimal.
3. Penyebaran informasi dan promosi sekolah dilakukan hanya melalui media sosial Instagram dan Youtube masih kurang maksimal.
4. SMPN 146 Jakarta belum memiliki web yang dirancang sebagai profil sekolah untuk menyampaikan informasi dan sebagai media promosi.

1.3 Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini dibatasi kepada:

1. Penelitian ini berfokus pada perancangan UI/UX profil sekolah menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) yang menghasilkan desain dalam bentuk *High-Fidelity (Hi-Fi) prototype* dengan memanfaatkan aplikasi Figma.
2. Penelitian ini menggunakan pengujian *Retrospective Think Aloud* (RTA) dan *System Usability Scale* (SUS) kepada pengguna melalui kuesioner.
3. Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahap pengujian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang UI/UX profil sekolah SMPN 146 Jakarta berbasis web menggunakan metode *User Centered Design*?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan UI/UX profil sekolah SMPN 146 Jakarta berbasis web dalam bentuk *high fidelity prototype*.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Sekolah dan masyarakat umum

Menghasilkan desain profil sekolah SMPN 146 Jakarta berbasis web agar menjadi media informasi dan promosi sekolah yang lebih efisien.

- a. Memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi terkait SMPN 146 Jakarta.

2. Bagi Peneliti

Mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dengan merancang desain profil sekolah SMPN 146 Jakarta.

3. Bagi Universitas dan PTIK

Memperkenalkan program studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer (PTIK) Universitas Negeri Jakarta kepada berbagai pihak.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.

