

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Munculnya teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam kehidupan manusia, tidak hanya mempengaruhi cara bicara tetapi juga pengambilan keputusan dan komunikasi. Pergeseran industri pemasaran yang saat ini dikenal dengan digital marketing merupakan salah satu fenomena yang diakibatkan oleh revolusi digital. Menggunakan media berbasis web untuk berbagai tujuan branding atau promosi dikenal sebagai pemasaran digital. Metode ini tidak hanya mengubah taktik promosi secara signifikan, namun juga dapat menurunkan biaya iklan yang dikeluarkan saat item pendukung divisualisasikan menggunakan objek nyata di masa lalu.[1].

Dalam konteks ini, perusahaan telekomunikasi dan konstruksi dapat memanfaatkan digital marketing sebagai alat untuk meningkatkan daya saingnya [2]. Hal yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan sarana digital marketing yang dapat membantu mencakup jaringan pelanggan atau target pasar baru[3]. Penggunaan media sosial sebagai alat bantu representatif dan efektif juga menjadi pilihan strategis untuk mensosialisasikan keberadaan dan keunggulan suatu perusahaan [4]. Namun, untuk memperluas jaringan pelanggan tanpa batasan yang dapat dicapai melalui media sosial, penting untuk memiliki website profil sebagai sarana *product branding*. Website yang baik tidak hanya menyajikan informasi sebagai bentuk promosi, tetapi juga memberikan kesan pertama yang positif kepada calon klien[5].

PT Digdaya Idhang Yugala sebuah perusahaan telekomunikasi dan konstruksi yang fokus pada perkembangan telekomunikasi dan pembangunan telah mengadopsi beberapa teknik digital marketing melalui platform-platform seperti *Instagram* dan *Google Maps*. Meskipun telah mencapai kesuksesan dalam memperoleh rating dari klien yang telah berkunjung, pemilik PT Digdaya Idhang Yugala menyadari pentingnya memiliki platform berbasis website serta menggunakan media sosial. Oleh karena itu, pemilik merasa perlu memiliki

sebuah *website profile* yang dapat menjadi jembatan untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih luas serta mendalam mengenai bisnis mereka [6].

Selain peran pemasarannya, profil situs *web* dianggap sebagai alat untuk branding produk yang dapat menampilkan bisnis dengan cara yang lebih baik [7]. Calon klien dapat mengetahui lebih cepat dan mudah tentang layanan yang diberikan oleh PT Digdaya Idhang Yugala dengan menggunakan *website*. Sebuah situs *web* juga dapat meningkatkan kehadiran online-nya dan lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari barang atau jasa serupa dengan menggunakan strategi Search Engine Optimization (SEO) [8].

Proses pembuatan *website* tidak dapat dianggap remeh dan ada tujuh tahapan yang perlu dilakukan, yaitu ide, perencanaan, desain, pemrograman, uji coba, promosi, dan pemeliharaan[9]. Fokus penelitian ini terutama pada dua tahapan awal, yaitu ide dan desain, yang melibatkan penggunaan aplikasi Figma untuk membangun tampilan UI [10]. Desain UI memainkan peran krusial dalam proses pengembangan *website* karena mempengaruhi pengalaman pengguna (*User Experience/UX*). Desain tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi tetapi juga menyusun tampilan dengan baik untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna[11].

Penelitian ini menggunakan metodologi Design Sprint untuk memfasilitasi pekerjaan yang cepat dan efektif melalui lima tahap: Memahami, Membuat Sketsa, Memutuskan, Membuat Prototipe, dan Memvalidasi [12]. Tujuan utama adalah membantu dalam merancang *User Interface* dari *website* PT Digdaya Idhang Yugala. Peneliti telah mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan dari berbagai metode dan penelitian ini akan fokus pada penerapan *metode design sprint* dalam tahapan ide dan desain [13]. Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa desain UI yang dihasilkan akan memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna, mendukung pengembangan *website*, dan mempermudah pihak pengembang dalam mencapai tujuan bisnis [14].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, PT Digdaya Idhang Yugala saat ini belum memiliki desain *tampilan User Interface (UI)* dan perlu merancang tampilan UI sebagai panduan dalam proses pengembangan *website* atau *development*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang muncul berdasarkan perumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya adalah "Bagaimana cara merancang dan menciptakan desain *User Interface website* yang sesuai dengan kebutuhan PT Digdaya Idhang Yugala?"

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat pembatasan masalah yang mencakup:

1. Fokus utama pada perancangan desain *user interface* dan *prototype* dari *website* PT Digdaya Idhang Yugala.
2. Penelitian ini terbatas pada lingkup PT Digdaya Idhang Yugala.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat utama dari penelitian ini adalah menghasilkan desain *User Interface* yang dapat menjadi panduan dalam pembuatan *website* profil PT Digdaya Idhang Yugala.

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Merancang desain *User Interface (UI)* yang sesuai dengan kebutuhan PT Digdaya Idhang Yugala dengan fokus pada tampilan yang menarik dan fungsional serta menciptakan *prototype* dari *website* PT Digdaya Idhang Yugala berdasarkan desain *User Interface (UI)* yang telah dirancang untuk memberikan gambaran yang konkret tentang bagaimana *website* tersebut akan beroperasi dan berdampak.

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1. Bagan Keterkaitan