

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sejarah yang panjang terkait penjajahan (kolonialisme) oleh bangsa Eropa. Tentunya setiap daerah yang ada di Indonesia terdapat kisah dan kenangan perjuangan kepahlawanannya masing-masing. Kota Surabaya adalah salah satu lokasi sejarah yang menjadi kenangan perjuangan sejarah masa kemerdekaan. Surabaya merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur, dengan predikat sebagai Kota Pahlawan yang disematkan oleh Presiden pertama Indonesia yaitu Ir. Soekarno (Firmansyah & Agustin, 2021). Surabaya sebagai Kota Pahlawan dikenal karena kota ini berkaitan dengan perjuangan, keberanian, dan terdapat pertempuran 10 November 1945 sebagai momen paling bersejarah dan simbol perjuangan dari *arek-arek Suroboyo* dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Pekik semangat Bung Tomo dan keberanian para pejuang melawan penjajah Belanda adalah bukti kegigihan bangsa Indonesia (De Prito et al., 2021).

Menurut Dinas Pariwisata UPTD Surabaya, memori peristiwa perjuangan 10 Nopember ini banyak disimpan dalam bentuk fisik maupun narasi di salah satu museum sejarah di Surabaya yaitu Museum Sepuluh Nopember yang bertempat di wilayah Monumen Tugu Pahlawan (salah satu monumen penghormatan atas perjuangan pahlawan di Surabaya). Museum Sepuluh Nopember ini diresmikan oleh Presiden keempat Indonesia yaitu K.H. Abdurahman Wahid pada tanggal 19 Februari 2001 dengan bangunan 2 lantai, dimana lantai 1 digunakan untuk pameran 10 gugus patung yang melambangkan semangat juang arek-arek Suroboyo dan sosiodrama pidato Bung Tomo serta ruangan pemutaran film pertempuran 10 Nopember 1945 (diodrama elektronik) juga ruang auditorium. Lantai 2 digunakan sebagai ruang pameran senjata, reproduksi foto-foto dokumenter, pameran koleksi peninggalan Bung Tomo, dan juga ruang diorama statis (Firmansyah & Agustin, 2021).

Dalam era digital yang semakin berkembang, perkembangan teknologi telah memberikan perubahan dan inovasi besar kearah yang lebih baik. Perkembangan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan untuk mendapatkan suatu layanan tertentu (Kurnianto & Wahyuni, 2022). Perkembangan tersebut tentunya menjadi salah satu fondasi penting yang telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan juga, seperti adanya perubahan dengan kemudahan untuk mengakses informasi, berinteraksi, dan

berkomunikasi. Teknologi Informasi dan Komunikasi (*ICT*) pada era sekarang memiliki andil besar dalam pemanfaatan media komunikasi pada seni visual (Nofrizaldi et al., 2020). Salah satu aspek yang menjadi sorotan utama saat ini adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media informasi dan promosi (Trimarsiah & Arafat, 2017).

Informasi menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam hal meningkatkan pengetahuan mereka (Uthama et al., 2022). Informasi merupakan sesuatu yang mendasar bagi pengetahuan. Penduduk yang terdidik dan berpengetahuan adalah penduduk yang mengalami pemberdayaan yang dapat berpartisipasi dalam urusan kemasyarakatan, pembangunan sosial, dan kemajuan (Suri, 2019). Informasi terkait dengan edukasi karena kedua hal tersebut merupakan bagian dari pemberian ilmu dan pengetahuan. Menurut Fitriani tahun 2011, edukasi atau pendidikan merupakan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran, sehingga seseorang atau kelompok melakukan sesuatu yang diharapkan pendidik, dari yang tidak tahu menjadi tahu dan dari yang tidak mampu menjadi mampu (Umar et al., 2021). Sedangkan media promosi merupakan sebuah media dan sarana yang digunakan untuk memberikan pesan dan informasi dengan tujuan untuk mempromosikan suatu ide tertentu yang dapat berbentuk produk atau layanan. Promosi yang terkait dengan pemasaran merupakan tindakan untuk memajukan pertumbuhan atau perkembangan sebuah produk, *merk*, organisasi atau pun perusahaan (Subektiningsih & Yudaningsih, 2022).

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, yaitu 79.5% dari 73 responden memilih alasan terkait kurangnya promosi dan pemasaran digital menjadi permasalahan utama museum jarang dikunjungi. Alasan berikutnya dimana 68.5% dari 73 responden memilih alasan terkait kurangnya informasi tentang museum dan 58.9% dari 73 responden memilih alasan terkait kurangnya minat dari generasi muda. Informasi tentang museum hanya dapat ditemukan melalui *website* Kemdikbud ataupun *website* Tiket Wisata Surabaya, bukan *website* resmi museum. Informasi tersebut juga hanya merupakan informasi singkat, serta sebagian besar dari responden mengetahui keberadaan Museum Sepuluh Nopember melalui pembicaraan teman dan keluarga saja. Karena hal itu, pemanfaatan teknologi digital akan dapat berguna untuk menarik minat generasi muda sebagai calon pengunjung. Tentunya juga dikarenakan kebiasaan generasi muda sekarang yang selalu mengandalkan media atau *platform* digital untuk mendapat informasi dan hiburan (Wiratami et al., 2023). Menurut Dina Yunita dalam *Journal of Mandalika Review*,

platform atau media yang digunakan untuk proses *digital marketing* adalah seperti *website* atau *blog*, *search engine*, *social media*, dan *online advertising* (Yunita & Nainggolan, 2024). Salah satu *platform* yang akan dibahas adalah *website*.

Website pertama kali ditemukan oleh seorang ilmuwan bernama Tim Berners-Lee yang berasal dari Inggris. *Website* sangat berperan dan menunjukkan profesionalisme perusahaan, membantu konsumen mengetahui sudut pandang atau profil suatu perusahaan. *Website* dianggap sebagai media promosi yang hemat dan mudah (Yunita & Nainggolan, 2024). Melalui sebuah *website*, setiap orang dapat mengetahui informasi dan perkembangan dari suatu produk dan tempat. Begitupun terdapat alasan utama terkait tema dari permasalahan ini, berdasarkan jurnal dengan judul “Pengembangan Dtw Museum Perjuangan 10 November 1945 Sebagai Pariwisata Berbasis Sejarah di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur“, Museum Sepuluh Nopember belum memiliki *websitenya* sendiri yang berfungsi sebagai tempat penyedia informasi umum mengenai museum (De Prito et al., 2021). Pernyataan dari jurnal tersebut juga dikuatkan dengan pernyataan dari hasil wawancara dengan Bapak Vondra sebagai perwakilan Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya, yakni alasan belum adanya *website* Museum Sepuluh Nopember adalah terkait dengan skala prioritas mereka yang lebih berfokus untuk melakukan perancangan *website* dinas terlebih dahulu.

Dalam perkembangannya, *website* dapat dirancang sebagai media untuk promosi dan sarana edukasi yang tentunya telah terbukti bekerja dan efektif dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang pariwisata (*tourism*). Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Menurut penelitian yang dipublikasikan pada jurnal Sustainability, *website* pariwisata seperti UNESCO Global Geopark dan International Dark Sky terbukti efektif meningkatkan pengetahuan tentang jenis pariwisata tersebut yaitu *geotourism* dan *astrotourism*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *website* berperan penting dalam menyediakan informasi yang tepat sekaligus meningkatkan pengalaman pengunjung (Xanthakis et al., 2024).

Industri pariwisata saat ini tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi, hal ini dilihat dari ketersediaan perangkat internet, fasilitas *wifi* disertai dengan banyaknya *travel app* yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan wisatawan (Arifianto & Wulandari, 2024). Sedangkan untuk sarana edukasi, *website* akan berfokus untuk memberikan informasi dan

wawasan kepada masyarakat terkait sejarah, khususnya dalam peristiwa sepuluh November di Surabaya yang mencakup koleksi-koleksi, biografi, dan sejarah beberapa tokoh pahlawan yang ada di dalam museum. Informasi tersebut walaupun nantinya berisi singkat, namun tetap bermakna karena nilai sejarahnya. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara dengan Bapak Vondra sebagai perwakilan Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya dan kuesioner yang telah dilakukan. Perancangan *UI/UX website* sebagai sarana edukasi tersebut juga dikuatkan dari hasil kuesioner, yaitu 98.6% dari 73 responden beranggapan bahwa sarana edukasi digital pada Museum Sepuluh Nopember masih kurang, sehingga edukasi digital pada museum tersebut diperlukan adanya. Seluruh responden juga setuju bahwa sarana edukasi berbasis *website* dapat menjadi tempat untuk mengedukasi masyarakat.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, peran dari *UI/UX* menjadi suatu elemen penting untuk dapat memberikan tampilan menarik dan interaktif yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna untuk mendapatkan informasi dengan mudah dipahami. Dilain sisi, keilmuan penulis pada bidang desain komunikasi visual dapat dijadikan landasan perancangan *user interface* yang dimanfaatkan untuk memahami *user experience* dalam pemanfaatan teknologi informasi. Dapat dikatakan bahwa elemen komunikasi visual dalam pemanfaatan teknologi informasi ini memiliki peranan penting dalam memahami kebutuhan penggunanya ketika diaplikasikan (Arifianto et al., 2024).

User Interface (UI) merupakan desain dan tampilan visual sebuah produk yang dapat dilihat oleh pengguna sekaligus menjadi penghubung antara pengguna dengan sistem. *UI* berfokus pada visual berupa warna, tipografi, gambar (ilustrasi), tata letak (*layouting*), dan animasi yang dirancang sebaik mungkin agar pengguna merasa nyaman. Sedangkan *User Experience (UX)* merupakan pengalaman pengguna saat menggunakan dan berinteraksi dengan sistem yang dapat memudahkan pengguna. Untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik, *UX* didukung oleh *UI* seperti sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Hidayat, 2024). Dalam merancang sebuah *UI/UX*, ada beberapa metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah metode *Design Thinking*. Metode ini menerapkan proses berulang dengan berusaha memahami pengguna, menantang asumsi dan mendefinisikan ulang masalah untuk membuat strategi dan alternatif solusi yang bisa jadi tidak langsung terlihat dengan tingkat awal pemahaman kita (Firdonsyah et al., 2023).

Oleh karena itu berdasarkan survei, data primer dari jurnal-jurnal, wawancara, dan hasil kuesioner, perancangan *website* Museum Sepuluh Nopember menjadi sangat penting

karena dapat berfungsi sebagai pusat informasi dan edukasi terkait sejarah, koleksi peninggalan, dan biografi dari tokoh-tokoh yang terdapat didalam museum. Sekaligus berfokus untuk meningkatkan *brand awareness* dari museum Sepuluh Nopember itu sendiri juga sebagai media yang dapat mempromosikan agar menarik pengunjung dan memperluas pasar. Dengan menggunakan *UI/UX* yang baik untuk menciptakan tampilan menarik, interaktif, dan ringan sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna agar pengunjung *online* dapat menjadi pengunjung yang tertarik untuk datang langsung ke Museum Sepuluh Nopember.

1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi dalam perancangan ini. Identifikasi masalah yang didapatkan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Menurut penelitian yang dipublikasikan pada jurnal Destinasi Pariwisata yaitu “Pengembangan Dtw Museum Perjuangan 10 November 1945 Sebagai Pariwisata Berbasis Sejarah di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur“, Museum Sepuluh Nopember belum memiliki *website* resminya sendiri yang berfungsi sebagai tempat penyedia informasi umum mengenai museum (De Prito et al., 2021).
- b. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, kurangnya promosi dan pemasaran secara digital menjadi penyebab utama museum tersebut jarang dikunjungi dengan perolehan 79.5% dari 73 responden yang menjawab. Museum Sepuluh Nopember kurang memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan promosi. Selain mengandalkan nilai dan koleksi sejarah yang ada didalam museum, tentunya dengan adanya *website* diharapkan dapat meningkatkan daya tarik, memperluas pasar, dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung (De Prito et al., 2021).
- c. Kurangnya informasi tentang museum serta kurangnya minat dan daya tarik dari generasi muda sekarang juga menjadi penyebab lainnya museum jarang dikunjungi. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner yang telah dilakukan dengan perolehan 68.5% dari 73 responden dan 58.9% dari 73 responden yang menjawab. Menurut jurnal Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR), kebiasaan dari generasi z atau generasi muda sekarang adalah selalu menggunakan media atau *platform* digital untuk mendapatkan informasi dan melihat hiburan berupa konten visual daripada

melihat dan membaca tulisan dianggap tidak menarik dan bukan keharusan (Wiratami et al., 2023).

- d. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, 98.6% dari 73 responden beranggapan bahwa sarana edukasi digital pada Museum Sepuluh Nopember masih kurang sehingga edukasi digital pada museum tersebut diperlukan adanya. Sekaligus berdasarkan survei yang telah dilakukan, edukasi tersebut dapat terkait isi dari Museum Sepuluh Nopember yang berupa sejarah, koleksi peninggalan, dan biografi tokoh-tokoh yang ada di dalam museum tersebut sebagai salah satu cara untuk mengenang perjuangan kepahlawanan pada peristiwa 10 November 1945 di Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, rumusan masalah dari perancangan ini adalah bagaimana merancang *UI/UX website* Museum Sepuluh Nopember sebagai media promosi dan sarana edukasi dalam mengenang perjuangan kepahlawanan di Surabaya?

1.4 Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah yang ditentukan oleh penulis. Batasan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil akhir (*output*) dari perancangan *website* Museum Sepuluh Nopember adalah sampai kepada *prototype design*, bukan menjadi *website* atau aplikasi nyata dengan menggunakan pemrograman.
- b. Perancangan *website* Museum Sepuluh Nopember hanya menggunakan *framework* metode *Design Thinking*.
- c. Perancangan *website* Museum Sepuluh Nopember berisikan informasi seputar museum tersebut dan bukan menggunakan promosi melalui sosial media.

1.5 Tujuan Perancangan

Perancangan *UI/UX website* Museum Sepuluh Nopember memberikan tujuan kepada penulis. Tujuan yang didapatkan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang konsep desain *website* Museum Sepuluh Nopember sesuai target *user* yang ditentukan.

- b. Memberikan *output* berupa *prototype design website* Museum Sepuluh Nopember kepada yang bersangkutan.
- c. Menjadikan *website* sebagai media promosi, sarana edukasi bagi masyarakat, memperkuat identitas museum, dan memperluas target pasar.
- d. Mempermudah calon pengunjung untuk melihat dan menentukan destinasi wisatanya melalui satu *website*.
- e. Mengubah pengunjung *online* menjadi pengunjung langsung Museum Sepuluh Nopember.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan *UI/UX website* Museum Sepuluh Nopember memberikan beragam manfaat kepada penulis, Museum Sepuluh Nopember, dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Bagi Penulis

- a. Penulis dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan semasa perkuliahan, baik dari dalam kampus maupun dari luar kampus ke dalam kasus nyata.
- b. Membantu penulis meraih portofolio sesuai dari pekerjaan yang telah diselesaikan yang dapat diakses kapan saja.

1.6.2 Manfaat Bagi Museum Sepuluh Nopember

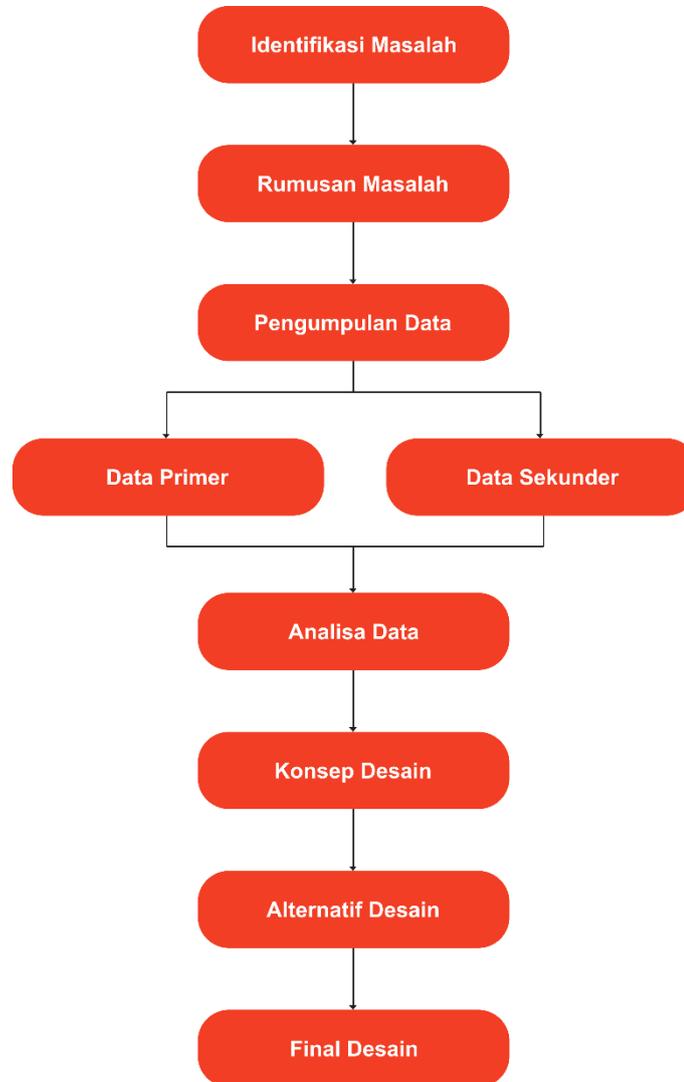
- a. Mendapatkan *output prototype design website* Museum Sepuluh Nopember sehingga dapat dikembangkan menjadi *website* atau aplikasi nyata melalui pemrograman.
- b. Akses informasi yang didapatkan pengunjung terkait Museum Sepuluh Nopember menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien sekaligus dapat memperluas pasar.

1.6.3 Manfaat Bagi Perancang Berikutnya

- a. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan membantu perancangan lain yang sejenis, khususnya jika akan dikembangkan menjadi *website* nyata dengan pemrograman.

1.7 Kerangka Perancangan

Perancangan *UI/UX website* Museum Sepuluh Nopember memiliki kerangka perancangan sebagai alur dari proses pengerjaan perancangan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Data Pribadi, 2024)