

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan *website* dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu kebutuhan yang krusial dalam pengembangan usahanya karena kegunaannya sebagai wadah informasi sekaligus media komunikasi antara perusahaan tersebut dengan pelanggannya. Selain itu, *website* tersebut juga dapat digunakan sebagai suatu media untuk melakukan promosi oleh perusahaan (Rahmawati, 2021).

Dalam proyek perancangan ini, entitas yang digunakan adalah sebuah hotel yang masih merupakan bagian dari InterContinental Hotels Group (IHG), yaitu Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Hotel Indigo mengangkat konsep *a neighbourhood story*, dimana mereka mengadaptasikan budaya lokal Bali sebagai referensi utama yang kemudian diimplementasikan dalam dekorasi interiornya. Yang membedakan Hotel Indigo Bali dengan Hotel Indigo lainnya, Hotel Indigo Bali Seminyak Beach merupakan Hotel Indigo pertama dengan bintang 5 di *resort location*, sedangkan Hotel Indigo lainnya merupakan *boutique hotel* dengan lokasi di tengah kota.

Berdasarkan wawancara dengan *Director of Marketing* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach, Ibu Titin Rohayati, *website* Hotel Indigo Bali digunakan sebagai portal informasi sekaligus platform untuk melakukan reservasi, dan juga melakukan promosi. Namun hingga saat ini penyampaian informasi melalui *website* Hotel Indigo masih kurang optimal, terlihat dari *behavior* para pelanggannya yang masih

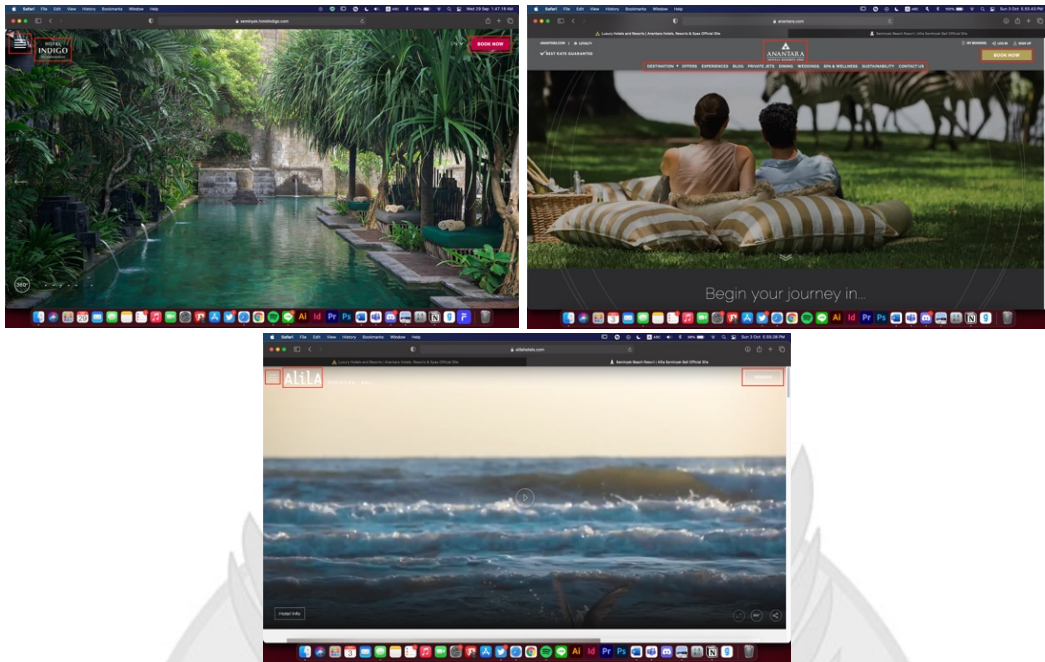
sering kali menghubungi pihak hotel baik melalui *Instagram* maupun *Whatsapp* untuk bertanya lebih lanjut mengenai informasi yang mereka lihat di *website*.

1.2. Identifikasi Masalah

Bagi Hotel Indigo Bali, *website* merupakan salah satu media yang cukup krusial. Selain digunakan sebagai wadah informasi mengenai hotel, *website* independen hotel Indigo Bali merupakan sebuah platform bagi pihak hotel untuk memberikan penawaran-penawaran terbaik yang mereka miliki untuk menarik para tamu. Selain itu, melalui *website* ini para tamu juga dapat melakukan reservasi secara langsung.

Dalam wawancara dengan *Director of Marketing* Hotel Indigo Bali, Ibu Titin menyampaikan bahwa dengan adanya *website* ini, semakin mempermudah akses bagi para pelanggan yang ingin mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Hotel Indigo Bali ketika sedang *browsing* di internet.

Saat ini *website* independen Hotel Indigo Bali berbentuk *company profile*. Dalam situs ini memang terdapat *direct button* untuk melakukan *booking* atau reservasi, namun *button* tersebut akan mengarahkan user ke *website* lain, yaitu *website* dari *parent brand* hotel Indigo yaitu IHG.

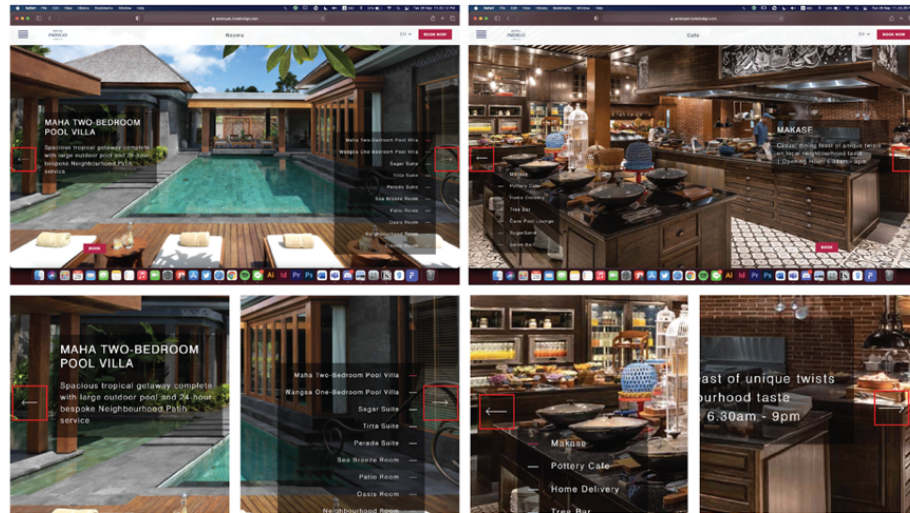


Gambar 1.1. Tampilan *Landing Page* dan *Navigation Bar* dari *Website* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach, Anantara Seminyak Bali Resort, dan Alila Seminyak (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Penulis menemukan beberapa hal, baik yang sudah sesuai maupun belum sesuai dengan prinsip *user interface* ketika mengidentifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan desain yang terdapat pada *website* Hotel Indigo Bali. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1, peletakan *navigation button* dan logo *brand* pada *website* hotel Indigo Bali berada di posisi yang cukup familier ketika dibandingkan dengan tampilan *website* hotel Anantara Seminyak dan Alila Seminyak. Selain itu, penggunaan warna terang pada *booking button* yang terletak di sisi kanan atas cukup memberikan kontras sehingga *user* yang mengakses *website* hotel Indigo Bali dapat langsung mengenali tombol tersebut (Unger & Chandler, 2012, p. 189).

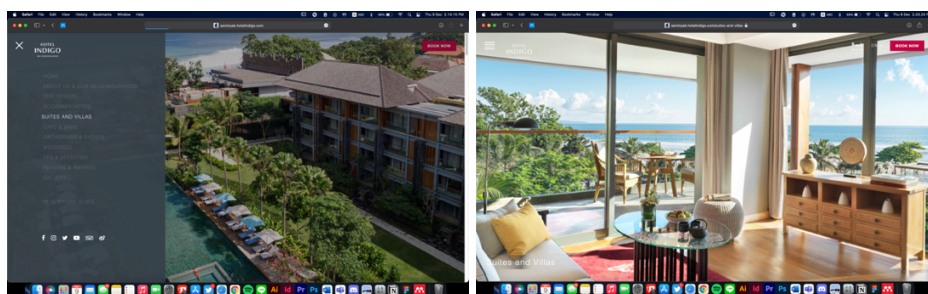
Konsistensi pada *website* hotel Indigo sendiri masih perlu dipertanyakan, karena jika dilihat dari beberapa aspek ada bagian yang sudah cukup konsisten, namun ada juga yang masih belum konsisten. Konsistensi pada *website* cukup

terlihat penggunaan *arrow button* pada tiap-tiap halaman yang memiliki sub-kategori di dalamnya seperti yang tercantum pada Gambar 1.2.



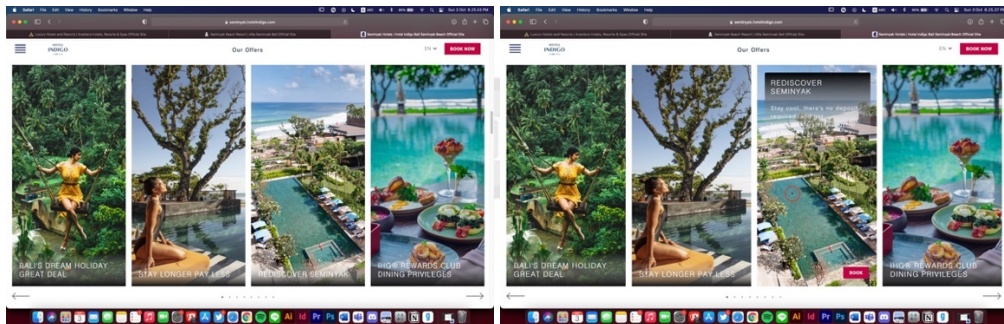
Gambar 1.2. Aplikasi *Arrow Button* pada *Tiap Page Website Hotel Indigo*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Ketidakkonsistenan pada *layout website* terlihat ketika penulis mencoba mengakses melalui *navigation bar*. Terdapat dua kategori yang ketika diakses akan mengarahkan *user* ke halaman baru, yaitu kategori *suite & villa* dan juga *gallery*. Sedangkan kategori lainnya mengarahkan *user* pada *anchor point* di *landing page*. Banyaknya *anchor point* yang terdapat pada *landing page* menyebabkan halaman tersebut menjadi sangat panjang, karena terlalu banyak informasi yang ingin ditampilkan pada halaman utama.



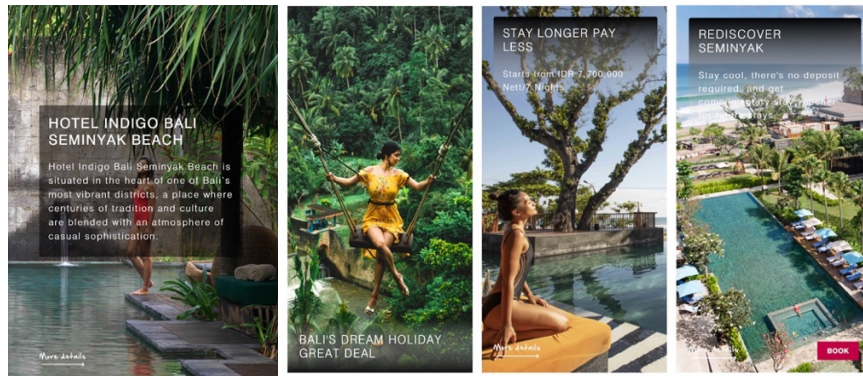
Gambar 1.3. Kategori *Suite & Villa* pada *Navigation Bar*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Responsiveness dari *website* hotel Indigo Bali menurut pengertian yang tertulis dalam buku *UX and UI Strategy* dapat dilihat pada *feedback website* atas *action* yang dilakukan *user*, yaitu *hover*. Pada Gambar 1.4 terlihat ketika kursor digerakkan ke atas salah satu *banner* penawaran, maka akan muncul *hover* berupa penjelasan singkat tentang penawaran tersebut.



Gambar 1.4. Hover pada Website Hotel Indigo Bali Seminyak Beach
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Ketika diidentifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan desain pada *existing website*, tampilan *website* hotel Indigo Bali masih belum sesuai dengan prinsip *clarity* (Dimitriou, 2020). Terlihat pada penulisan detail informasi yang kurang jelas karena teks informasi diletakkan bertumpuk dengan gambar yang kompleks, menyebabkan keterbacaan teks terganggu. Selain itu, teks ditulis menggunakan warna putih di atas *background* hitam dengan gradien transparan yang menyebabkan teks menjadi sulit terbaca karena tampak menyatu dengan foto ketika penulisannya agak panjang dan menempati posisi di atas bagian transparan (Gambar 1.5).



Gambar 1.5. Tampilan Penulisan Teks Informasi Pada Halaman *Website* Hotel Indigo
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana agar penyampaian informasi melalui *website* lebih optimal?
2. Bagaimana mengemas konten dalam sebuah *website* dengan baik?

1.4. Batasan Masalah

Lingkup dari perancangan UI/X sangatlah luas, terutama di era yang serba digital seperti sekarang ini. Menyesuaikan dengan kebutuhannya, hasil akhir dari proyek perancangan ini akan berupa prototipe *responsive website* dalam ukuran *desktop*. Pemilihan ukuran *desktop* dalam perancangan ini dikarenakan beberapa hal terkait dengan *user experience*, diantaranya ukuran yang lebih besar sehingga semakin banyak informasi yang dapat ditampilkan dalam layar, serta respon terhadap *action* yang dilakukan *user* dalam bentuk *hover* atau *transition* yang bekerja lebih optimal ketika dioperasikan melalui *desktop*.

1.5. Tujuan Perancangan

1. Menerapkan prinsip UI/UX yang baik dalam sebuah *website*, terutama pada prinsip *visual clarity* agar informasi dapat tersampaikan secara optimal.

2. Menyederhanakan tampilan *landing page* sehingga tidak terlalu padat dan penuh informasi.

1.6. Manfaat Perancangan

Perancangan ulang *website* yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Beberapa manfaat perancangan ini diantaranya:

1. Bagi entitas, memiliki *website* dengan navigasi yang lebih baik dan penyampaian informasi dalam *website* yang lebih jelas dengan adanya penerapan prinsip-prinsip desain yang baik.
2. Bagi penulis, menambah pemahaman tentang bagaimana merancang sebuah *website* yang bagus, berguna, dan informatif, serta mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip desain yang selama ini telah dipelajari, terutama prinsip UI/UX.

