



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

ANALISIS DATA PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Data Primer

Metode-metode pengumpulan data primer yang dilaksanakan penulis untuk mendukung perancangan ulang *website* Ilmuterbang adalah wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), Kuesioner, dan observasi langsung. Wawancara dilakukan dengan pemilik dan administrator Ilmuterbang. FGD dilakukan dengan 10 anggota aktif Ilmuterbang dan 6 orang awam, kuesioner dengan 430 orang responden, dan observasi langsung dengan 10 orang awam. Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan wawancara dan FGD, sedangkan pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan kuesioner dan observasi langsung.

3.1.1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik *website* Ilmuterbang, Fadjar Nugroho, guna memperoleh keterangan lengkap mengenai profil, situasi, dan sejarah Ilmuterbang. Wawancara dilakukan secara *online* pada 15 April 2015 melalui teknologi *video call Skype* dari tempat masing-masing.

Fadjar Nugroho menjalani profesinya sebagai pilot dan instruktur berlisensi tipe pesawat A330 milik *Qatar Airways* di Doha, Qatar. Pengalaman sebagai pilot selama lebih dari 15 tahun memberikan kesempatan pada dirinya untuk berbagi dan berdiskusi soal pengetahuan tentang penerbangan ke banyak kalangan, termasuk melalui *website* Ilmuterbang itu sendiri sebagai *administrator*.



Gambar 3.1. Wawancara via *Video Call*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3.1.1.1. Hasil Wawancara

Ilmutterbang memiliki sejarah yang mengawali pembuatan *website*-nya. Pada Januari 2007, terjadi kecelakaan pesawat Adam Air KI574 yang cukup mengemparkan. Selama berbulan-bulan tidak ada kepastian apa yang terjadi dengan pesawat B737 yang hilang di atas laut Jawa. Setelah 8 bulan berlalu, akhirnya posisi *blackbox* ditemukan di kedalaman 2000 meter di bawah permukaan laut. Hasil investigasi memperlihatkan bahwa semua ketidaksesuaian dan *error* ditemukan di semua lini yang berhubungan dengan faktor manusia di Adam Air. Manajemen yang tidak peduli dengan peraturan penerbangan, bagian *training* yang tidak punya materi pelatihan, bagian pemeliharaan yang tidak dibelikan suku cadang hingga terpaksa berimprovisasi yang membahayakan. Situasi ini melahirkan penerbang yang tidak kompeten bersama pesawat yang tidak layak terbang.

Fenomena ini mendorong Fadjar Nugroho untuk membuat sebuah *website* sederhana dengan alamat www.ilmutterbang.com pada Desember 2007. *Website* ini

awalnya hanya berisi penjelasan teori-teori sederhana yang diterjemahkan dari bahasa Inggris. Hal ini dilakukan agar memudahkan orang-orang Indonesia untuk belajar penerbangan. Kemudian, satu-persatu pembaca mulai ikut menyumbang tulisannya ke Ilmuterbang, mulai dari praktisi penerbangan sampai dokter kandungan. Semenjak itu, Ilmuterbang mulai menjadi satu-satunya *website* jurnal penerbangan Indonesia.



Gambar 3.2. Logo Ilmuterbang

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Saat ini tulisan yang dimuat di Ilmuterbang dibuat oleh beberapa profesional dan akademisi, seperti Adhika Lie, Ph.D., doktor pengajar jurusan *Aeronautics* di *University of Minnesota*, Ady Wirawan, Ph.D., doktor kedokteran lulusan *Otago University*, New Zealand, dalam bidang *Occupational and Aviation Medicine*, Profesor Hadi Winarto, Dosen *Aerospace*, RMIT, Australia, dr. Harjo Bayuadji, spesialis kandungan, dan banyak lainnya. Sejalan dengan perkembangannya, Ilmuterbang membuka akun-akun di berbagai media sosial. Saat ini *feeder Facebook* Ilmuterbang sudah memiliki 19.000 anggota.

Selain itu, Ilmuterbang juga memiliki visi dan misi yaitu sebagai berikut.

Visi:

Menjadikan *website* Ilmuterbang sebagai portal pengetahuan penerbangan dalam Bahasa Indonesia yang dapat dipercaya dan akurat untuk profesional penerbangan

maupun untuk masyarakat awam dengan harapan dapat membawa perubahan positif di industri penerbangan Indonesia.

Misi:

- a. Menerbitkan artikel-artikel keilmuan serta informasi penerbangan secara umum.
- b. Memasyarakatkan pengetahuan tentang peraturan penerbangan baik yang sudah ada maupun yang baru dikeluarkan oleh otoritas penerbangan Indonesia.
- c. Menyatukan cara pandang tentang keamanan penerbangan dengan standar yang tinggi.
- d. Menjadi portal tempat berkumpulnya para profesional dan penggemar penerbangan untuk berbagi ilmu pengetahuan.

Hingga saat ini, Ilmuterbang memiliki beberapa aktivitas yang dijalankan bersama para anggotanya, contohnya seperti mengelola *feder Facebook* oleh admin-admin yang ditunjuk oleh Fadjar Nugroho. Ilmuterbang juga pernah menyelenggarakan acara-acara luar ruangan untuk komunitasnya, seperti mengunjungi Museum Transportasi Taman Minidan tower ATC Bandara Soekarno-Hatta pada tahun 2014. Aktivitas-aktivitas seperti ini direncanakan agar dapat terlaksana secara rutin agar memfasilitasi para anggotanya untuk menambah pengalaman serta interaksi di lapangan secara langsung.



Gambar 3.3. Kegiatan Ilmuterbang Mengunjungi ATC Soekarno-Hatta

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ilmuterbang dikelola dibawah PT Palem Cipta Mandiri. Perusahaan berbasis pemrograman piranti lunak (*software*) yang didirikan oleh Fadjar Nugroho dan Thomas Fatma Selecta pada tanggal 6 Desember 2013. Keduanya adalah sarjana komputer dengan keterampilan yang berbeda. Thomas Fatma adalah ahli perangkat lunak, pernah bekerja sebagai *IT Manager* PT *Makarizo* dan *Senior Programmer* di *L'Oréal*. Pengalamannya dalam pemrograman bisnis dan *Enterprise Resource Planning* menjadi kekuatan utama dalam mendirikan PT Palem Cipta Mandiri. Fadjar Nugroho adalah ahli perangkat keras dengan pengalaman sebagai *Information and Communication Security Manager* untuk *Quality Management System* di *TÜV Rheinland Berlin Brandenburg*, sebuah badan sertifikasi milik pemerintah Jerman. Hal tersebut menjadikan nilai tambah dari perangkat lunak yang diproduksi oleh PT Palem Cipta Mandiri.

Berikut daftar susunan majemen *website* Ilmutterbang dibawah PT Palem Cipta Mandiri:

Penanggungjawab Isi : Capt. Fadjar Nugroho, S.Kom

Chief Editor : Munadiyah Ramlan, SS.

Aplikasi dan *Web Security* : Thomas Fatma, S.Kom

Database : Aceng Tajul Arifin, S.Kom

Developer : PT Pranala Indonesia

Hosting and Traffic : PT Rumah Web Indonesia

Penulis Tetap dan Kontributor:

1. Capt. Fadjar Nugroho, S.Kom
2. Agus Hariadi, M.Sc
3. Edi Nurprasetya, S.T
4. Adhika Lie, PhD
5. Dessy Aliandrina, PhD
6. Marsma (Pur) Suyitnadi Pudjosukarto
7. Yohanes Sugiarto
8. Goeroeh Andhi Djaja, M.Sc
9. Wisnu Wijayanto

3.1.1.2. Analisa Wawancara

Motivasi awal yang mendesak Fadjar Nugroho untuk membuat Ilmutterbang dalam bentuk *website* sederhana menjadi poin penting yang akhirnya membentuk visi misi Ilmutterbang. Identitasnya sebagai *website* pendidikan menjadi daya tarik kuat bagi

pihak-pihak yang kompeten untuk turut mengembangkan *website* Ilmutterbang hingga ke dalam bentuk komunitas beranggotakan ribuan orang. Ilmutterbang dengan ambisinya menciptakan kebanggaan tersendiri bagi anggota-anggotanya, membentuk sebuah identitas yang melekat dan solid. Ditengah-tengah banyaknya polemik yang terjadi di dunia penerbangan nasional, Ilmutterbang memiliki peran penting dalam mendidik dan menjadi wadah informasi yang akan terus berkembang kedepannya.

Latar belakang dan pengalaman Fadjar Nugroho menjadikan *website* Ilmutterbang dapat berjalan dan berkembang hingga saat ini. Dibawah manajemen perusahaan miliknya, Ilmutterbang bersedia untuk mempertanggungjawabkan konten-konten yang ada.

3.1.2. Kuesioner

Kuesioner dilaksanakan penulis dengan form survey *online* yang disebar di *Facebook* dan berbagai media sosial lainnya, terhitung sejak tanggal 23 Februari 2015. Form ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang berfungsi untuk mengambil data tentang detail *brand* dan *experience* dari Ilmutterbang saat ini, terutama dari para anggotanya di media sosial.

Lembar kuesioner digital diciptakan penulis menggunakan fasilitas *Google Docs* dan dapat dipantau seluruh hasil yang masuk setiap saat. Responden dapat mengisi kuesioner digital ini dengan *desktop computer* seperti laptop atau *mobile devices* seperti *tablet* dan *smartphone*. Pengisian kuesioner ditutup pada tanggal 5 April 2015. Total waktu pengumpulan hasil survey *online* mencapai 42 hari.

Questionnaire
 Untuk membantu pengembangan website
 www.ilmuterbang.com
 "juga membantu tugas akhir saya, terima kasih :D"

ILMUTERBANG

Survey Brand Awareness & Experience Website 'ilmuterbang.com'
 Required

1. Domisili
 Lokasi tinggal anda saat ini

- Indonesia (ke pertanyaan no. 2)
- Luar Indonesia

2. Kota Domisili
 Apabila anda tinggal di Indonesia, sebutkan kotanya

3. Umur

- 11 - 20
- 21 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- > 50

4. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

5. Pendidikan
 Jangjang pendidikan terakhir (yang sudah atau sedang anda jalani, setara dengan yang disebutkan)

- Sekolah Dasar (SD)
- Sekolah Menengah Pertama (SMP)
- Sekolah Menengah Akhir/Kejuruan (SMA/K)

Gambar 3.4. Form Survey *Online*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

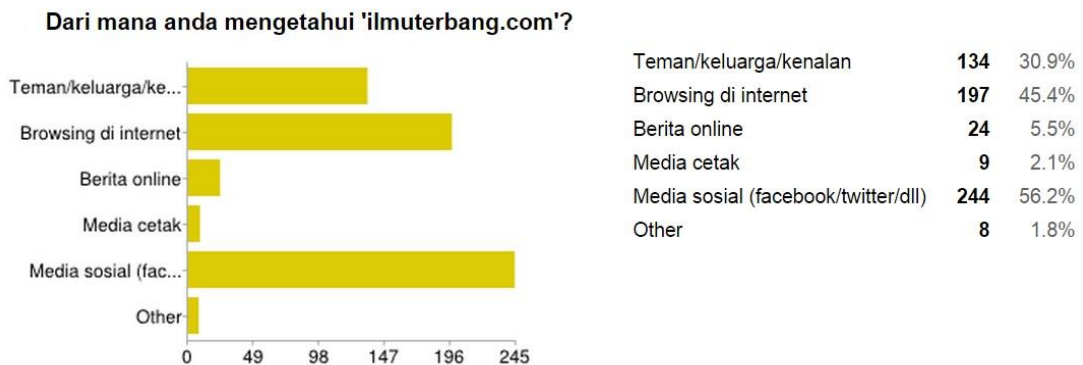
3.1.2.1. Hasil Kuesioner

Selama lebih dari satu bulan, telah terkumpul 434 responden online. Hasil kuesioner dikumpulkan dan diterjemahkan dalam bentuk grafik statistik. Berikut hasil dari perhitungan jumlah seluruh jawaban responden yang diterima.



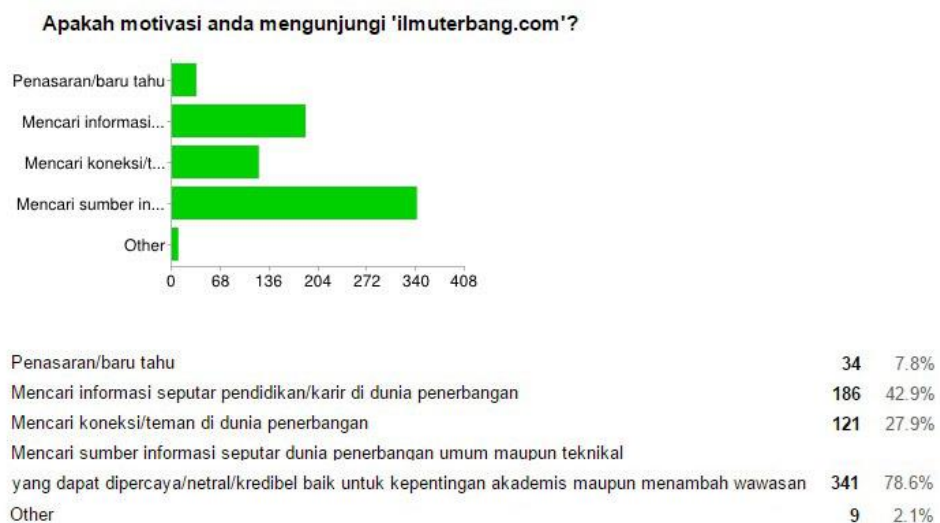
Tabel 3.1. Hasil Survey *Online* 1

Sebanyak 81,3% dari total seluruh responden menjawab bahwa mereka cenderung lebih menyukai mencari informasi seputar penerbangan melalui *website-website* yang khusus membahas dunia penerbangan.



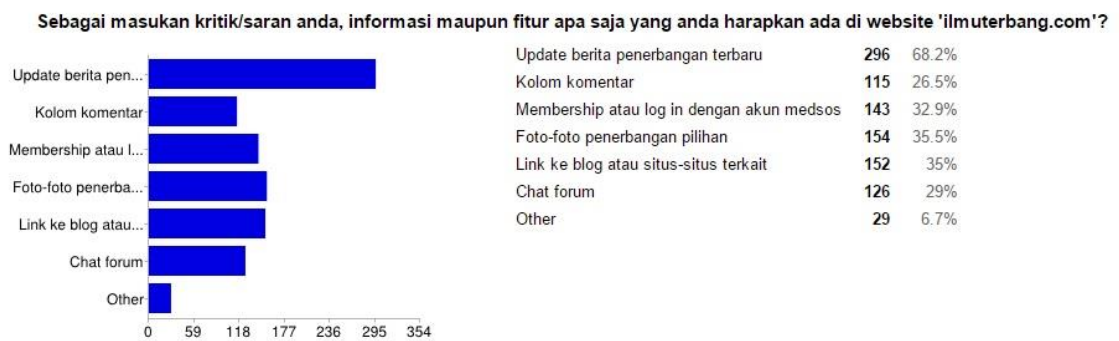
Tabel 3.2. Hasil Survey *Online 2*

Media sosial merajai proses pengenalan calon pengunjung *website* Ilmuterbang dengan 56,2% dari total responden dibandingkan melalui situs pencarian atau browsing di *internet*, yaitu 45,4%. Teman, keluarga, atau kenalan menyusul di posisi ketiga dengan cangkupan 30,9% dari total.



Tabel 3.3. Hasil Survey *Online 3*

78,6% dari total responden yang pernah mengunjungi *website* Ilmuterbang mengakui bahwa sumber informasi dunia penerbangan yang dapat dipercaya menjadi alasan kunjungannya.



Tabel 3.4. Hasil Survey *Online* 4

Sebanyak 68,2% dari total responden menjawab bahwa fasilitas yang diharapkan ada di *website* Ilmuterbang adalah *update* berita penerbangan terbaru, disusul oleh fasilitas galeri foto-foto penerbangan pilihan yang hanya mencakup kurang lebih setengah dari pilihan terbanyak.

3.1.2.2. Analisa Kuesioner

Hasil survey *online* menunjukkan bahwa *website* Ilmuterbang memiliki potensi besar untuk menjadi rujukan anggota maupun calon pengunjung yang ada dalam pencarian informasi penerbangan yang dipercaya, dimana sebagian besar responden menyukai pilihan *website* daripada media atau sumber lainnya. Selain itu, kredibilitas konten yang dimiliki oleh *website* Ilmuterbang menjadi alasan terbanyak untuk mengunjunginya. Hal ini didukung oleh orang-orang kompeten di bidang penerbangan yang mengisi dan mengurus *website* Ilmuterbang sebagai salah satu kekuatan terbesarnya.

Meskipun begitu, eksistensi *website* Ilmuterbang itu sendiri belum dapat mengimbangi *feeder Facebook*-nya. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung *website* Ilmuterbang mengetahui eksistensinya dari media sosial, dimana *feeder Facebook* Ilmuterbang sangat aktif dan intens perkembangannya, bukan dari pencarian secara mandiri melalui *search engine sites*. Kurangnya *website* Ilmuterbang memfasilitasi anggotanya menjadi salah satu penyebab dari timpangnya popularitas situs dan *feeder*-nya. Contohnya seperti *update* yang cepat seputar berita penerbangan dimana *feeder Facebook* Ilmuterbang dapat memfasilitasi kebutuhan ini untuk para anggotanya daripada *website* Ilmuterbang itu sendiri. Oleh karena itu, perancangan ulang *website* Ilmuterbang sangat dibutuhkan saat ini.

3.1.3. Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) berupa diskusi intensif bersama beberapa orang tertentu dengan serangkaian pertanyaan spesifik, dilaksanakan penulis sebanyak 2 kali dan berlangsung selama 2 jam. FGD pertama ditujukan untuk 10 orang anggota aktif Ilmuterbang di *feeder Facebook* pada tanggal 22 Maret 2015, bertempat di Restoran Lembur Kuring Bandara Soekarno-Hatta. FGD kedua ditujukan untuk 6 orang awam, dilaksanakan pada tanggal 6 April 2015, bertempat di Summarecon Mall Serpong.

FGD pertama memiliki tujuan untuk mendapatkan keluhan-keluhan serta harapan yang ada seputar *website* Ilmuterbang dari para anggotanya agar dapat menentukan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan. Sedangkan FGD kedua memiliki

tujuan untuk mendapatkan masukan objektif seputar interaksi pengunjung dengan tampilan dari *website* Ilmutterbang agar dapat meningkatkan *engagement* yang lebih baik.

3.1.3.1. Hasil *Focus Group Discussion*

FGD pertama yang ditujukan untuk 10 anggota aktif Ilmutterbang didominasi oleh praktisi dan beberapa pengamat dunia penerbangan, dengan jangkauan umur 27 hingga 55 tahun. Para peserta FGD diberikan 8 pertanyaan yang terfokus pada tanggapan mereka sebagai anggota yang memiliki pengalaman berinteraksi dengan *website* Ilmutterbang dalam jangka waktu yang lama. Jawaban peserta membantu penulis melakukan *review* ulang terhadap kemungkinan fasilitas-fasilitas dan peningkatan yang dapat dipertimbangkan.

Sebagian besar mengungkapkan keluhan mereka akan *website* Ilmutterbang yang memiliki fasilitas sangat minim dan informasi yang tidak cepat di-*update*. Sebagai anggota-anggota aktif, mereka mengakui bahwa hal tersebut mengakibatkan mereka jarang mengunjungi *website* Ilmutterbang itu sendiri dibandingkan *feederFacebook* yang jauh lebih interaktif dan intens. *FeederFacebook* yang lebih eksis daripada *website*-nya sering kali menyulitkan anggota-anggota lama karena banyak anggota baru dari *Facebook* yang tidak menyadari eksistensi *website* Ilmutterbang. Mereka harus mengarahkan anggota baru ke *linkwebsite* dan ini membuat frustrasi. Tampilan *website* yang kurang atraktif juga mengakibatkan anggota-anggotanya tidak memiliki keinginan untuk mengunjungi *website* Ilmutterbang kecuali jika dibutuhkan saja.



Gambar 3.5. FGD Pertama

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

FGD kedua yang ditujukan untuk orang awam dihadiri oleh 6 peserta yang seluruhnya adalah mahasiswa UMN dengan jangkauan umur 20 hingga 22 tahun. Para peserta diberikan 10 pertanyaan yang berhubungan dengan kesan dan tanggapan mereka sebagai pengunjung *website* non-anggota Ilmuterbang. Masukan yang ada membantu penulis memastikan permasalahan yang ada di *user interface* dan *user experience website* Ilmuterbang untuk kemudian disusun solusinya.

Para peserta mengungkapkan bahwa tampilan yang ada nampak kurang profesional dan membosankan, baik dari pemilihan warna maupun tipografinya. Halaman *home* atau beranda tidak memiliki pengenalan atau kolom-kolom pembuka yang menjelaskan identitas dan konten-konten itu sendiri terlebih dahulu. Mereka juga mengeluhkan sistem navigasi dan *layout* yang kurang menjelaskan



Gambar 3.6. FGD Kedua

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

posisi serta informasi yang seharusnya diterima pengunjung. Para peserta mengakui kualitas isi dan ketertarikannya dengan konten yang ada, namun apabila tidak diperbaiki, maka *website* Ilmuterbang akan kehilangan potensinya untuk menggapai calon-calon pengunjung baru seperti mereka.

3.1.3.2. Analisa *Focus Group Discussion*

Hasil dari FGD pertama memperkuat analisa dari data kuesioner yang dilakukan penulis, bahwa *website* Ilmuterbang kurang memfasilitasi berbagai keinginan dan harapan anggotanya sebagai pengunjung. Mereka merasa lebih nyaman dan aktif di *feeder Facebook* dengan segala fasilitasnya yang praktis dan interaktif. Apabila *website* Ilmuterbang dibuat lebih atraktif dan interaktif, maka para anggotanya, baik yang lama maupun yang baru, diharapkan akan lebih sering mengunjungi *website* Ilmuterbang.

FGD kedua menunjukkan hasil yang mendasari alasan ketidakpuasan para anggota Ilmuterbang pada *website*-nya, yaitu kekurangan-kekurangan dalam hal

user interface dan *user experience*-nya. Mereka mengakui kesulitan dalam menjelajahi isi *website* dan menemukan informasi-informasi yang diinginkan. Selain itu, tampilannya juga kurang menarik sehingga tidak dapat menciptakan *engagement* yang kuat untuk *first-time users*. *Website* Ilmutterbang membutuhkan tampilan dan fasilitas yang lebih representatif sesuai identitasnya.

3.1.4. Observasi Langsung



Gambar 3.7. Observasi Langsung

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Observasi dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung perilaku dan kecenderungan 10 orang peserta dalam pengalaman pertamanya mengunjungi *website* Ilmutterbang. Pengumpulan data ini dilaksanakan di Restoran Dunkin Donuts Gading Serpong pada tanggal 13 April 2015, Summarecon Digital Center pada tanggal 14 April 2015, dan Komplek Perumahan Pondok Indah pada tanggal 19 April 2015. Para peserta adalah orang awam non-anggota Ilmutterbang dengan jangkauan umur 20 hingga 30 tahun.

Terdapat dua *website* pembanding yang akan diakses untuk pertama kalinya oleh para peserta, yaitu *www.time.com* dan *www.theverge.com*. Kedua *website* populer tersebut membantu penulis menentukan parameter pengumpulan data. Poin-poin yang diobservasi oleh penulis adalah:

1. *Engagement*

Waktu yang digunakan oleh peserta dalam interaksinya dengan *website* untuk pertama kalinya. Peserta bebas melakukan apapun dengan *website* tersebut sebagai bentuk ketertarikannya atau menutupnya apabila sudah merasa cukup.

Time memiliki sejarah panjang yang tetap mempertahankan eksistensinya hingga saat ini sebagai faktor *engagement* yang signifikan. *The Verge* dengan tampilan UI yang menarik dan *feeding* konten yang intens memiliki *engagement* yang kuat untuk *user* dewasa muda yang juga menjadi target pembaca dari Ilmuterbang. *Time* dan *The Verge* memiliki keunggulan dalam mengelola tampilan visual yang seimbang dengan porsi teks dibandingkan Ilmuterbang yang sangat tekstual dan berpotensi menjemukan.

2. *Search System*

Peserta sebuah artikel di *website* dengan *hints* atau kata kunci menggunakan fasilitas *search* atau navigasi yang ada. Penulis mencatat waktu yang dibutuhkan peserta untuk menemukan artikel yang dimaksud.

Kedua *website* pembanding, *Time* dan *The Verge*, menggunakan ikon *search* yang diletakkan berdekatan dengan navigasi utamanya. Sedangkan

Ilmutterbang menggunakan kolom pencarian yang diletakkan di bagian atas tampilan *website* sehingga nampak begitu mencolok.

3. *Readability & Legibility*

Kualitas tampilan dari typeface yang ada di *website*. Peserta membaca artikel yang telah dicari dari poin ke-2 dari awal hingga kalimat yang ditentukan penulis. Total kurang lebih 120 kata untuk setiap artikelnya. Penulis juga memperhatikan perilaku peserta selama membaca artikel tersebut.

Seluruh teks di *website Time* menggunakan *font Franklin Gothic* dengan permainan ketebalan dan ukuran yang berbeda, menciptakan variasi yang tetap nampak konsisten. *The Verge* menggunakan 3 jenis *font*, yaitu *Adelle*, *Helvetica*, dan *FF Din Web Condensed*. Ketiga *font* ini memiliki fungsinya masing-masing, seperti *Adelle* untuk judul utama, *Helvetica* untuk *bodytext*, dan *FF Din Web Condensed* untuk *quote*. Ilmutterbang menggunakan *font* bawaan template *Joomla*, yaitu *Arial* dan *Nobile*.

4. *Navigation*

Peserta diminta untuk mencari sebuah fitur yang ada di navigasi *website*, kemudian kembali ke artikel dari poin ke-2 tanpa menggunakan fasilitas *search* atau *back* dari *browser*. Penulis mencatat waktu yang dibutuhkan peserta hingga menemukan kembali artikel yang dimaksud.

Time menggunakan ikon yang diletakkan di pojok kiri atas untuk memuat kategori-kategori yang tersedia. Hal ini cukup menguntungkan untuk *website* yang memiliki kategori banyak dan membutuhkan ruang lebih pada tampilan

utamanya. Sedangkan *The Verge* menggunakan tampilan horizontal untuk navigasinya yang umum dipakai di berbagai *website*. Namun, *The Verge* mengolah kategori-kategorinya agar dapat menampilkan berbagai *thumbnail* ketika *user* memilih salah satunya sehingga *user* dapat dengan cepat menuju ke konten yang diinginkan tanpa harus membuka halaman baru. Ilmuterbang juga menggunakan tampilan navigasi horizontal dengan beberapa sub-kategori. Tidak ada perlakuan khusus untuk setiap kategorinya.



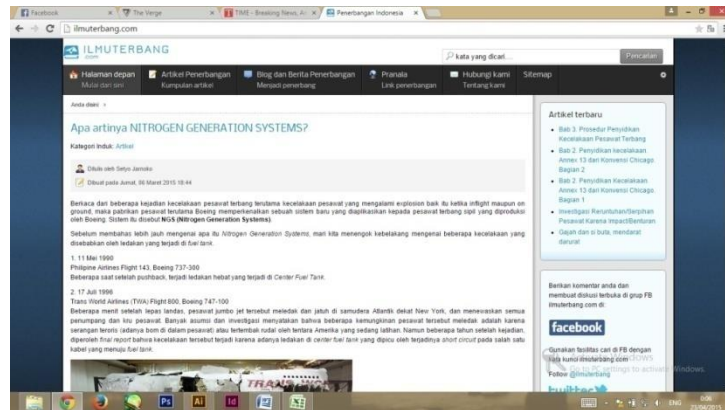
Gambar 3.8. Tampilan *Home Page* www.time.com

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.9. Tampilan *Home Page* www.theverge.com

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

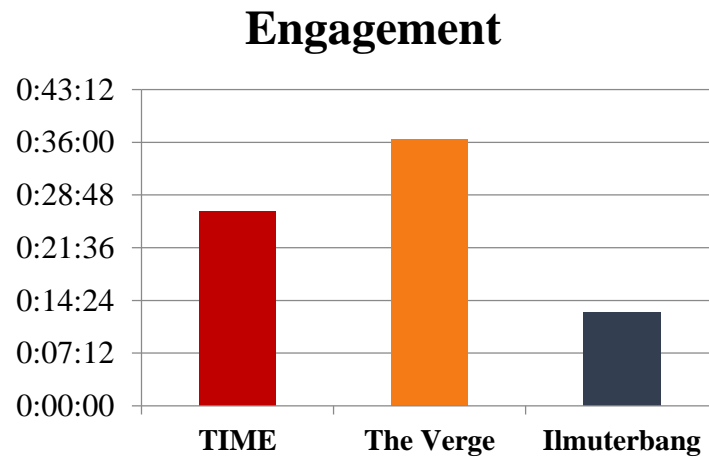


Gambar 3.10. Tampilan *Home Page* www.ilmuterbang.com

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.1.4.1. Hasil Observasi Langsung

Seluruh data statistik berikut merupakan jumlah hasil dari semua peserta.

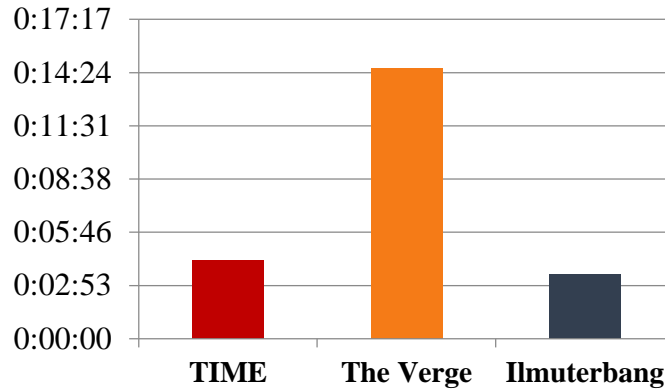


Tabel 3.5. Hasil Observasi Langsung 1

Engagement (Semakin lama, semakin baik)

1. *The Verge* : 36 menit, 20 detik
2. *TIME* : 26 menit, 38 detik
3. *Ilmuterbang* : 12 menit, 47 detik

Search System

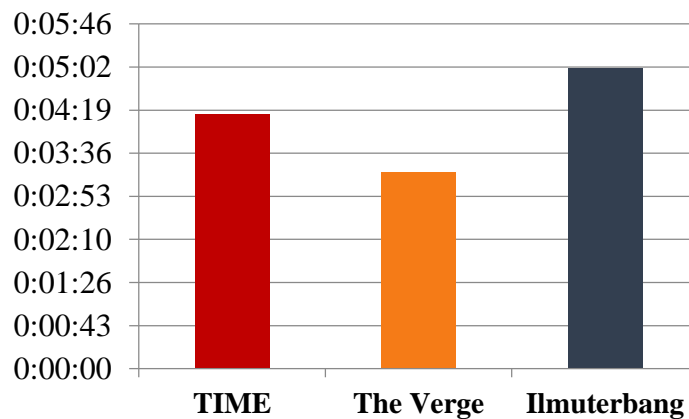


Tabel 3.6. Hasil Observasi Langsung 2

Search System (Semakin cepat, semakin baik)

1. Ilmuterbang : 3 menit, 31 detik
2. *TIME* : 4 menit, 13 detik
3. *The Verge* : 14 menit, 39 detik

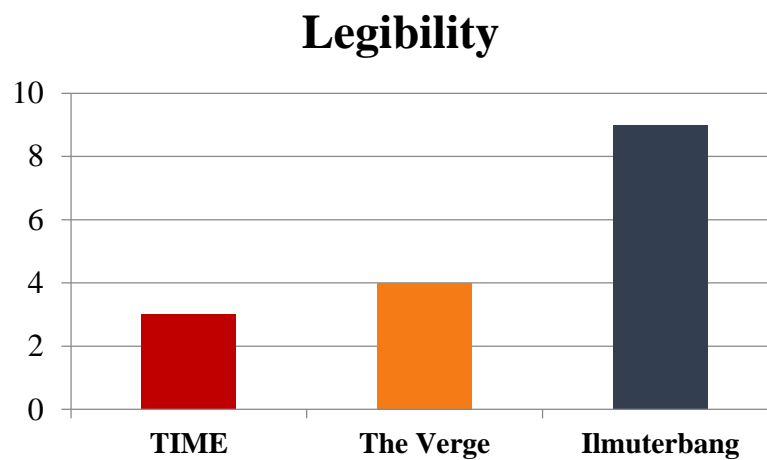
Readability



Tabel 3.7. Hasil Observasi Langsung 3

Readability (Semakin cepat, semakin baik)

1. *The Verge* : 3 menit, 17 detik
2. *TIME* : 4 menit, 15 detik
3. *Ilmuterbang* : 5 menit, 1 detik



Tabel 3.8. Hasil Observasi Langsung 4

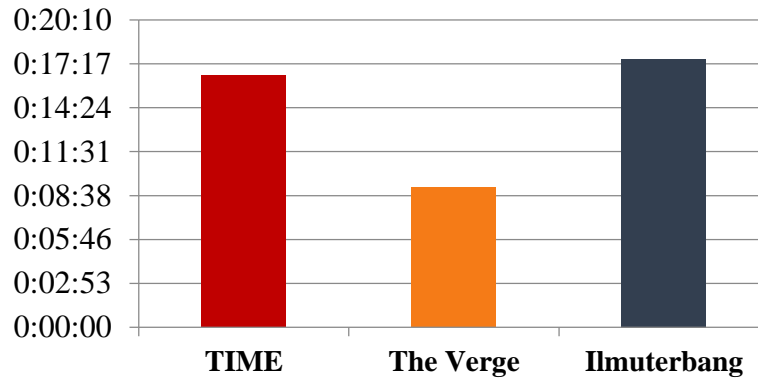
Legibility

Poin yang terhitung setiap peserta menunjukkan perilaku kesulitan membaca seperti memicingkan mata, mendekatkan kepala ke layar, dan lain sebagainya. Dicatat selama peserta membaca sebuah artikel di *website*.

(Semakin sedikit, semakin baik)

1. *TIME* : 3 poin
2. *The Verge* : 4 poin
3. *Ilmuterbang* : 9 poin

Navigation



Navigation (Semakin cepat, semakin baik)

1. *The Verge* : 9 menit, 11 detik
2. *TIME* : 16 menit, 30 detik
3. Ilmuterbang : 17 menit, 36 detik

3.1.4.2. Analisa Observasi Langsung

The Verge lebih unggul dalam *engagement* terhadap pengunjung, dalam hal ini peserta observasi yang berumur 20 – 30 tahun. Tampilannya yang *fun* dan mencolok menarik perhatian dan pengolahan kontennya yang diolah dengan baik sehingga menarik rasa penasaran. Diikuti oleh *Time* yang lebih formal dan terakhir Ilmuterbang dengan tampilan template dari *Joomla*. Meskipun begitu, Ilmuterbang memiliki sistem *search* yang cukup akurat daripada *Time* dan *The Verge*. Hal ini dapat menjadi fasilitas Ilmuterbang yang dioptimalkan kedepannya. *The Verge* kembali menerima respon baik untuk *readability*. *Layout*-nya yang ‘bersih’ memudahkan pengunjung untuk konsentrasi membaca konten yang sedang dibuka. Namun, untuk *legibility*, *Time* memiliki tampilan *typeface* yang lebih mudah dibaca

daripada *The Verge*. Dalam hal navigasi, *The Verge* memiliki pengaturan dan tampilan terbaik yang informatif dan efektif.

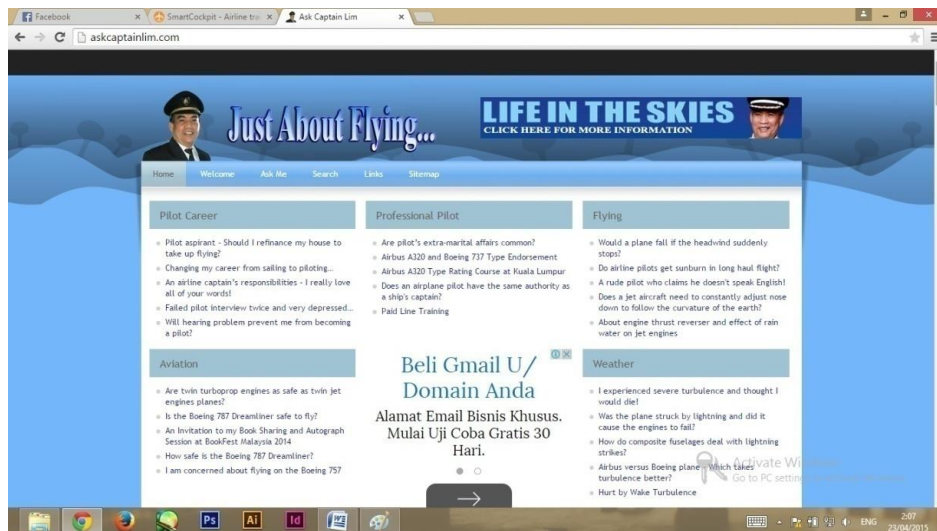
Secara keseluruhan *The Verge* menempati posisi paling atas dalam UI dan UX, diikuti oleh *Time* dan terakhir Ilmuterbang. Hasil analisa observasi ini mendukung analisa-analisa yang telah penulis lakukan sebelumnya, bahwa *website* Ilmuterbang memerlukan redesain yang diharapkan dapat lebih memfasilitasi pengunjungnya. Hal ini perlu dilakukan untuk menunjang visi dan misi Ilmuterbang serta mempermudah para anggotanya untuk dapat menikmati semua konten yang disediakan oleh *website* Ilmuterbang.

3.1.5. Studi Existing

Penulis melakukan riset lebih jauh untuk mencari *website* komparasi Ilmuterbang yang ada di *internet*. *Website* yang dicari adalah yang memiliki konsep dan konten yang sama dengan Ilmuterbang. Hal ini dilakukan sebagai masukan referensi dalam perancangan desain *website* Ilmuterbang, serta penentuan *SWOT* (*Strength, Weakness, Oportunity, Threats*) untuk Ilmuterbang itu sendiri. Dikarenakan tidak adanya *website* yang menjadi saingan langsung bagi Ilmuterbang, baik yang berbahasa Indonesia maupun yang berbahasa Inggris, maka penulis memutuskan untuk menggunakan *website* dengan konsep dan konten yang sama, dalam hal ini adalah sebagai sumber referensi dan pengetahuan penerbangan.

3.1.5.1. Hasil Studi *Existing*

Berikut *website-website* yang ditemukan oleh penulis.



Gambar 3.11. Tampilan *Home Page* *www.askcaptainlim.com*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ask Captain Lim adalah sebuah *website* yang dimiliki dan dikembangkan secara personal oleh Lim Khoy Hing. Ia adalah seorang pilot dan instruktur di Malaysia yang pernah menerbitkan buku tentang pengetahuan dan pengalamannya sebagai penerbang, *Life in the Skies*. *Website* ini memfasilitasi pengunjungnya agar dapat bertanya secara pribadi dan jawabannya akan ditampilkan untuk umum di *website* tersebut. Tidak ada konten yang murni dibuat oleh admin kecuali dari pertanyaan pengunjung yang dijawab. Setiap pertanyaan memiliki halaman masing-masing yang kemudian dapat dikomentari oleh para pengunjungnya.



Gambar 3.12. Tampilan *Home Page* www.smartcockpit.com

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Smartcockpit adalah *website* yang menyediakan berbagai referensi dan resources untuk pilot-pilot profesional di seluruh dunia secara gratis. Secara garis besar, *website* ini adalah sebuah perpustakaan besar yang tidak terbatas.

3.1.5.2. Analisa Studi *Existing*

Ilmuterbang saat ini tidak memiliki kompetitor langsung baik yang berbahasa Indonesia maupun yang berbahasa Inggris. Kedua *website* yang ditemukan penulis memiliki tema dan tujuan yang sama, yaitu pendidikan dan pengetahuan penerbangan. Namun, terdapat beberapa perbedaan yang menjadikan *website-website* tersebut bukan kompetitor langsung Ilmuterbang. Seperti tidak adanya artikel-artikel penerbangan yang dibahas secara luas, tidak adanya pihak-pihak lain yang turut serta mengembangkan *website*-nya (milik dan representasi

figur personal), serta konsepnya yang cenderung berupa tempat konsultasi atau perpustakaan yang khusus untuk pilot profesional saja.

Dengan posisi demikian, Ilmuterbang memiliki SWOT sebagai berikut:

- *Strength* :
Satu-satunya *website* dengan konsep jurnal penerbangan berbahasa Indonesia.
Dikembangkan dan dikurasi oleh orang-orang yang kompeten di bidangnya.
- *Weakness* :
Tidak semua orang tertarik dengan dunia penerbangan meskipun menggunakan jasanya.
- *Oportunity* :
Semakin banyak orang-orang mengakses *internet* di manapun dan kapanpun, didukung oleh potensi *website* dengan *update* dan pengembangannya yang tidak terbatas.
- *Threats* :
Tidak semua orang memiliki akses *internet*.