

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Galeri Nasional Indonesia atau Galnas atau GNI adalah tempat yang bertujuan untuk memamerkan karya-karya seni baik yang berasal dari lokal maupun dari mancanegara. Menurut definisi yang tercantum dalam *website* Galeri Nasional Indonesia (n.d), Galeri tersebut memiliki peran dan fungsi untuk melakukan pengumpulan, pameran, pengkajian, edukasi, perawatan, dokumentasi, dan publikasi karya seni dan media lainnya yang dapat dikelompokkan sebagai seni rupa modern dan kontemporer. Galeri ini memiliki *website* yang beralamat di *galeri-nasional.or.id*. Situs tersebut digunakan sebagai media penyampaian informasi, edukasi, dan juga promosi untuk Galeri nasional Indonesia. Situs ini menawarkan pengalaman mengunjungi museum secara daring, melihat koleksi yang mereka miliki, mengetahui aktivitas terkini, membaca publikasi yang mengandung pengetahuan mengenai seni, dan juga memesan tiket untuk berkunjung ke museum tersebut.

Sayangnya, terdapat permasalahan pada tampilan pada situs tersebut yang menyebabkan orang tidak tertarik untuk mengunjungi *website* GNI. Selain itu, terdapat juga navigasi yang tidak lengkap dan konten yang tersembunyi di dalam halaman tertentu sehingga membutuhkan waktu untuk mencarinya serta beberapa menu yang terpisah menjadi situs tersendiri. Pengalaman buruk tersebut dapat terjadi karena hilangnya prinsip *accessibility*, *discoverability*, dan *clarity*. Menurut Deacon (2020) terdapat beberapa prinsip dalam *UX*, beberapa prinsip tersebut merupakan tiga hal yang sudah disebutkan tadi. Berdasarkan hasil dari data kuesioner yang telah penulis buat, sebanyak 70,9% responden mengatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk mengunjungi situs tersebut.

Beberapa hal yang membuat mereka tidak tertarik untuk mengunjungi situs tersebut adalah tampilannya yang tidak menarik, pilihan yang ada pada menu

tersebut membuat mereka kebingungan, teks yang sulit terbaca, minimnya interaktif, dan kurang informatif. Hal tersebut juga dibenarkan oleh pihak GNI, mereka mengatakan bahwa situs yang mereka miliki saat ini sudah terlalu *outdated*. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa tampilan *website* Galeri Nasional Indonesia yang mereka miliki saat ini sudah kurang sesuai dan kurang dinamis (Rezki, wawancara, Februari 22, 2022).

Padahal, menurut keterangan Pustanto yang merupakan kepala Galeri Nasional Indonesia mengatakan bahwa Galeri tersebut memiliki misi besar untuk menjadi pusat riset dan dokumentasi seni rupa di Indonesia (dikutip dalam Agnes, 2018, para. 1). Berdasarkan hasil wawancara, Desi yang merupakan pengelola Galeri Nasional mengatakan bahwa salah satu langkah konkret untuk mewujudkan misi tersebut adalah dengan membuat *website*. Tujuan dari pembuatan *website* adalah untuk memberikan informasi mengenai seni kepada masyarakat luas. Apabila masalah ini tidak segera ditangani, maka tujuan yang ingin mereka capai menjadi tidak optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, situs Galnas membutuhkan sebuah perancangan ulang. Perancangan ulang ini bertujuan untuk mengubah *UI* dan *UX* pada situs tersebut sehingga *web* menjadi lebih estetik, informatif, interaktif, dan mudah diakses. Selain itu, redesain dilakukan dengan tujuan untuk memperluas aksesibilitas agar dapat digunakan oleh masyarakat luas. Harapannya dengan adanya perancangan ini, pengunjung menjadi lebih berminat untuk mengunjungi situs tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan *UI/UX* untuk website Galeri Nasional Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

1. Demografis:

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : Primer: 20-24 tahun

Usia 20-24 tahun digunakan sebagai sampel data untuk perancangan. Berdasarkan data APJII (2020), pengguna internet terbanyak berasal dari usia 20-24 tahun dengan tingkat pendidikan SMA hingga S3. Serta pengeluaran berkisar Rp 4,5 – Rp 8,5 Juta.

Sekunder: 18-19 dan 25-44 tahun

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola GNI, didapatkan bahwa pengunjung gedung galeri terbanyak di Galnas berusia 18-44 tahun

SES : A dan B

Pendidikan : Minimal SMA

2. Geografis:

Wilayah : Primer: Jakarta, Tangerang, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Jogjakarta

Berdasarkan *report Galnas online* yang diberikan oleh Andang, ditemukan bahwa pengunjung terbanyak berasal dari daerah di Pulau Jawa.

Sekunder: Luar Pulau Jawa

3. Psikografis:

Memiliki ketertarikan dengan seni rupa, senang mengunjungi museum atau galeri, memiliki komputer atau *handphone*, memiliki kebutuhan terhadap seni rupa, belum berkesempatan untuk berkunjung ke Galeri Nasional Indonesia, gemar mencari informasi menggunakan internet, suka memastikan apa yang direncanakan

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penulis merancang ulang *UI/UX* pada website Galeri Nasional Indonesia

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut adalah manfaat yang dibagi menjadi tiga bagian:

1. Manfaat untuk penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari ke dalam perancangan ini dan penulis dapat mendalami ilmu mengenai *website* serta lebih mengenal Galeri Nasional Indonesia.

2. Manfaat untuk orang lain

Membuat orang menjadi lebih mengenal Galeri Nasional Indonesia dan mengapresiasi karya seni rupa yang ada serta meningkatkan minat dan pengetahuan mengenai seni rupa.

3. Manfaat untuk universitas

Menjadi sumber bacaan dan acuan referensi untuk para mahasiswa yang ingin merancang sebuah *website* dan ingin mengetahui Galeri Nasional.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA