

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan ini penulis melaksanakan penelitian dengan menggunakan metode *hybrid*. Metode tersebut merupakan cara pengambilan data campuran antara pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Dalam pengambilan data kualitatif, penulis melaksanakan wawancara, *FGD*, observasi, studi eksisting, studi referensi, dan *secondary research*. Sedangkan dalam pengambilan data kuantitatif penulis melakukan penyebaran kuesioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui fenomena yang sedang terjadi terhadap subjek tersebut dengan menggunakan cara-cara yang deskriptif (Moleong dalam Hidayat, n.d.). Tujuan dari pengambilan data dengan menggunakan metode kualitatif adalah untuk mengetahui permasalahan, membandingkan perancangan yang sudah ada, dan mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai Galeri Nasional Indonesia dan aksesibilitas. Berikut adalah hasil penelitian kualitatif yang telah berhasil didapatkan.

3.1.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan Andang Iskandar. Hal yang ingin dicapai dari percakapan tersebut adalah untuk mendapatkan informasi mengenai perancangan ulang yang sedang ia sedang laksanakan. Selain itu, dalam kesempatan tersebut penulis juga ingin mendapatkan informasi umum mengenai pembuatan *website* untuk museum galeri.

1) Wawancara dengan Andang Iskandar

Pada hari Sabtu, tanggal 12 Februari 2022 pukul 20.10 WIB, penulis melaksanakan wawancara dengan Andang Iskandar.

Wawancara dilakukan melalui aplikasi Zoom sesuai dengan permintaan beliau. Menurut keterangan beliau, Ia merupakan seorang *art director* pada biro desain yang bernama PT. *Humanika Creative Design*. Perusahaan tersebut telah banyak mengerjakan hal yang berkaitan dengan visual dan audio visual dan saat ini mereka sedang terlibat dalam pembuatan ulang situs Galeri Nasional Indonesia.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Andang

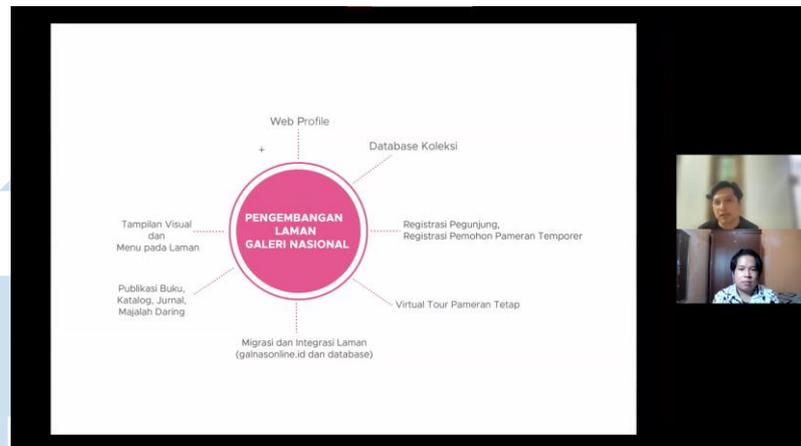
Wawancara dimulai dengan perkenalan diri oleh beliau. Menurut keterangan beliau, sebelum mereka dipercayakan untuk melakukan desain ulang situs tersebut, pada awalnya mereka ditugaskan untuk membuat sebuah situs untuk Galnas yang hanya dikhususkan untuk pameran daring saja. Oleh itu, muncul lah situs yang bernama Galnas *Online* yang di dalamnya berisi pameran baik yang berbasis gambar, virtual, maupun virtual 360 derajat. Tujuan dari pembuatan dari situs tersebut adalah untuk menciptakan kegiatan apresiasi karya dalam bentuk *online*.

Selanjutnya ketika penulis menanyakan perihal redesain pada situs tersebut, ia mengkonfirmasi bahwa mereka saat ini sedang melaksanakan kegiatan tersebut. Ia mengatakan bahwa permasalahan yang ada di dalam situs tersebut adalah ada beberapa informasinya yang terpisah-pisah dan menjadi situs

tersendiri. Seperti Galnasonline.id untuk pameran *online*, selanjutnya galeri-nasional.or.id untuk *website* utamanya yang sudah ada lebih dahulu, *website* yang khusus untuk registrasi, dan *website* yang khusus untuk arsip. Selain itu terdapat juga permasalahan pada bagian *user experience* dan tampilan visualnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, ia diberikan kepercayaan oleh pihak GNI untuk melakukan perancangan ulang situs tersebut.

Tujuan dari redesain situs tersebut adalah untuk mengintegrasikan seluruh *website* yang dimiliki oleh Galeri Nasional Indonesia. Dalam perancangan tersebut, ia juga berperan sebagai *art director*. Ia mengatakan bahwa perannya adalah menjadi perantara antara tim yang dimilikinya dengan pihak GNI. Menurut penuturannya, perancangan ulang situs tersebut masih ditahap perancangan dan situs tersebut dan rencananya akan diuji coba pada bulan Maret, tetapi akan masih berlanjut hingga bulan April atau lebih untuk pengembangannya. Selanjutnya ketika penulis menanyakan kondisi ideal pada situs tersebut, beliau menjawab bahwa kondisi ideal yang ingin dimiliki oleh GNI adalah *website* yang memiliki estetika dan juga informatif.

Kondisi ideal tersebut belum dapat tercapai pada situs galeri saat ini, lanjut penuturannya. Penulis juga diberikan sedikit gambaran mengenai rencana mereka terhadap situs tersebut. Ia menerangkan bahwa selain melakukan integrasi, ia juga akan melaksanakan migrasi data yang sebelumnya data-data tersebut tercecar di berbagai *server*. Selanjutnya, ia juga akan melakukan aktivasi *domain* dan juga *update* konten dan progres untuk tampilan visual laman. Selain itu, ia juga akan melakukan *testing* laman dan *kick off* laman integrasi.



Gambar 3.2 *Roadmap* Galeri Nasional Indonesia

Ia juga mengatakan bahwa Galeri Nasional Indonesia ingin menjadi sebuah barometer untuk perkembangan seni di Indonesia. Selanjutnya penulis juga menanyakan apakah *website* GNI saat ini sudah mengikuti *brand guideline* atau belum, beliau menjawab bahwa Galnas sekarang belum memiliki *GSM* (*Graphic Standard Manual*). Panduan yang mereka sering gunakan saat ini adalah hanya penggunaan logo. Penulis juga menanyakan perbedaan antara *website* untuk umum dengan *website* yang khusus untuk galeri atau museum.

Beliau menjawab perbedaannya terletak pada ekosistem atau lingkungan orang yang mengisi situs tersebut. Pada *website* untuk galeri atau museum, *stakeholder* yang berkaitan dengan situs tersebut adalah seniman, akademisi pada bidang seni, kurator, kolektor, masyarakat yang antusias terhadap seni, serta relasi-relasi lainnya yang dimiliki lembaga tersebut. Ia mengatakan bahwa apabila ingin melihat “wajah” seni rupa di suatu negara, informasi yang mereka akses itu adalah galeri nasional yang mereka miliki. Selanjutnya penulis juga menanyakan hal-hal yang perlu diperhatikan ketika merancang sebuah situs museum atau galeri, ia menjawab yang pertama adalah perhatikan identitas dari galeri atau museum tersebut

serta perhatikan segmentasi audiensnya. Kedua, perhatikan visi yang ini mereka capai dan yang ketiga perhatikan gaya komunikasi dan gaya visual yang mereka gunakan.

Penulis juga berkesempatan untuk menanyakan referensi *website* museum atau galeri yang sudah ideal kepada beliau. Menurutnya ada beberapa situs yang diberikan oleh Galnas kepadanya yang menurutnya sudah mencapai ideal, seperti *MoMA*, *National Gallery of UK*, *Rijk Museum*, dan *Museum MACAN*. Selanjutnya ketika penulis bertanya tentang kekurangan apa saja yang dimiliki oleh *website-website* galeri atau museum sekarang yang berada di Indonesia, ia memberikan jawaban bahwa menurutnya *website-website* tersebut umumnya terlalu berfokus kepada informasi, sehingga melupakan pengalaman yang akan didapatkan oleh pengunjung tersebut. Selanjutnya, terdapat juga permasalahan pada estetika visual. Lanjutnya, ia berpendapat bahwa umumnya *website-website* tersebut dibuat hanya sebagai *mandatory* saja, jadi situs museum atau galeri tersebut tidak diciptakan untuk berbagai hal dengan *engagement* yang tinggi.

Situs-situs tersebut seharusnya menjadi *website* yang interaktif, komunikatif, dan juga estetik. Terakhir, penulis menanyakan pendapat beliau mengenai bagaimana peran *website* dalam membangun ekosistem seni di Indonesia. Beliau menjawab bahwa peran *website* adalah untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi. Tetapi kebanyakan orang hanya ingin mencari informasi tersebut melalui sosial media, sehingga informasi-informasi yang didapatkan oleh mereka hanya sedikit saja. Ia juga mengajak penulis untuk berpikir bagaimana caranya agar orang mau untuk

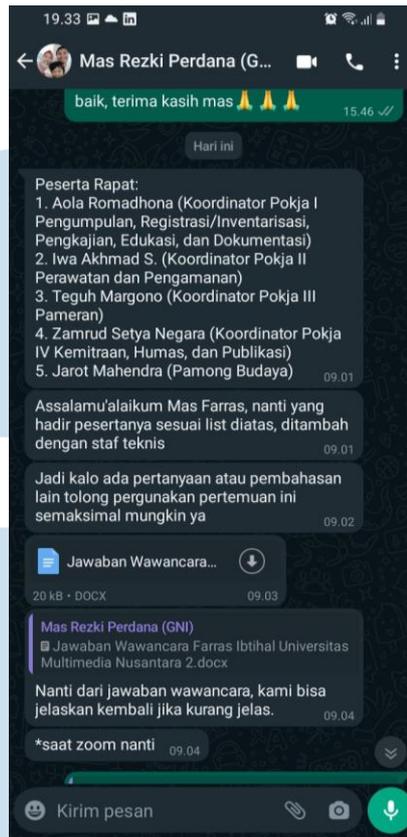
menggunakan *website* agar bisa mendapatkan informasi yang lebih menyeluruh dan *holistic*.

Tidak hanya menjadi pusat informasi, tetapi *website* juga seharusnya menjadi ruang interaktif yang dapat menjadi informasi dan data yang dapat digunakan oleh pemilik *website* tersebut, menurut penuturannya. Data-data tersebut akan dibutuhkan dan berguna nantinya di masa depan. Menurutnya, hal-hal tersebut menjadi penting untuk ekosistem seni dan juga ekosistem dunia digital lainnya.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

Penulis melaksanakan *FGD* dengan pengelola Galeri Nasional Indonesia. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi umum mengenai galeri tersebut dan *website* yang mereka miliki. Untuk bisa melaksanakan wawancara ini, penulis telah mengirimkan surat izin kepada *e-mail* Galnas untuk melaksanakan wawancara dengan mereka. Mereka akhirnya membalas email tersebut dan mengizinkan penulis untuk melakukan kegiatan ini.

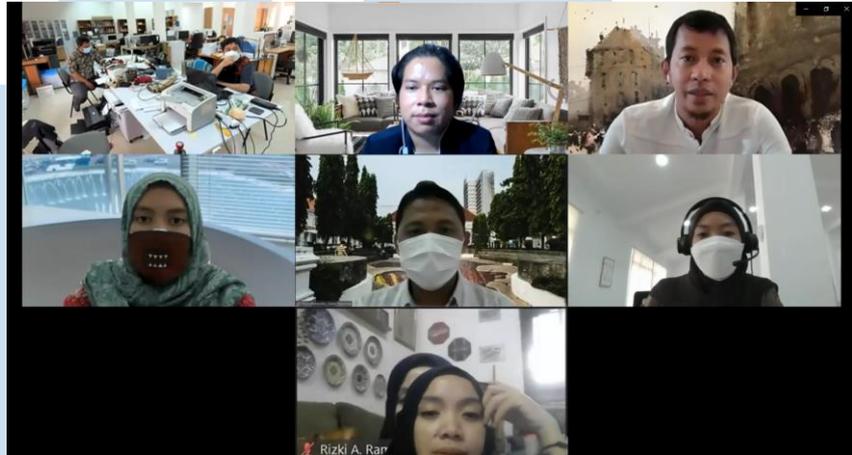
Wawancara dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 22 Februari 2022 jam 13.00 WIB dengan pihak pengelola Galeri Nasional Indonesia. Sebelumnya, pada hari Senin, tanggal 21 Februari 2022 penulis melakukan kontak dengan Rezki selaku pelaksana bagian IT pada Galeri Nasional Indonesia. Dalam kesempatan tersebut, penulis mengirimkan daftar pertanyaan yang telah dibuat dan sudah di isi jawabannya oleh pihak Galnas. Sehingga wawancara yang dilapada besok harinya lebih difokuskan untuk memperjelas informasi yang sudah diberikan pada jawaban dan menanyakan beberapa pertanyaan lainnya.



Gambar 3.3 Percakapan dengan Rezki

Wawancara dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi Zoom. Wawancara tersebut dihadiri oleh Zamrud Setya Negara selaku koordinator Pokja IV bidang kemitraan, humas, dan publikasi, Jarot Mahendra selaku pamong budaya, Teguh Margono selaku koordinator Pokja III pameran, Iwa Akhmad S. selaku koordinator Pokja II, Rezki selaku pelaksana bagian IT, Desi dan Rina selaku analis kerja sama, dan Rizki Ayu selaku staff bagian promosi museum. Berdasarkan dokumen jawaban yang diberikan oleh pihak Galeri Nasional Indonesia, galeri ini berdiri pada tanggal 8 Mei 1988 dan resmi beroperasi mulai tanggal 8 Mei 1999. Museum ini menyimpan karya seni rupa seperti lukisan, sketsa, grafis, patung, keramik, desain grafis, ilustrasi, fotografi, seni kriya, seni instalasi, seni media, dan media alternatif lainnya yang dapat dikategorikan sebagai seni rupa modern dan kontemporer. Koleksi yang berada di Galeri Nasional Indonesia merupakan karya seni yang memiliki kaitan

dengan sejarah perkembangan seni rupa modern dan kontemporer di Indonesia, seperti karya yang dipamerkan pada pameran gerakan non-blok dan pameran Paris-Jakarta.



Gambar 3.4 Wawancara dengan pengelola Galeri Nasional Indonesia

Penulis lalu menanyakan mengenai penjelasan pameran Paris-Jakarta. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh Jarot, pameran tersebut diselenggarakan sekitar tahun 1965. Pameran tersebut merupakan hasil kerja sama antara Indonesia dengan Perancis yang dilaksanakan di Jakarta. Terdapat koleksi seni yang berasal dari negara eropa. Setelah pameran tersebut selesai, Soekarno selaku presiden Indonesia saat itu meminta secara langsung kepada seniman-seniman tersebut untuk menghibahkan karya tersebut.

Karya-karya tersebut dihibahkan kepada departemen penerangan yang nantinya akan memberikan koleksi tersebut kepada museum pusat atau museum nasional. Sayangnya museum tersebut saat itu belum memiliki kurator di bidang seni rupa, hingga pada tahun 1980 museum tersebut merekrut seorang kurator yang memiliki latar belakang di bidang tersebut. Selanjutnya, koleksi-koleksi tersebut di konservasi oleh beliau. Kurator tersebut kemudian ditugaskan menjadi kepala Galeri Nasional Indonesia, beliau adalah Tubagus Sukmana. Oleh itu,

koleksi yang sebelumnya berada di museum nasional beserta dengan koleksi lainnya dihibahkan kepada Galeri Nasional Indonesia dan menjadi bagian dari galeri tersebut.

Karya-karya seni yang dikumpulkan dan dirawat oleh Galeri Nasional Indonesia bersumber dari Museum Nasional Indonesia, Direktorat Kesenian, Sekretariat Direktorat Jenderal Kebudayaan, dan hasil akuisisi oleh pihak Galnas. Selanjutnya ketika penulis menanyakan prestasi yang telah dicapai, Zamrud memberikan penekanan bahwa GNI merupakan representasi dan presentasi seni rupa modern dan kontemporer di Indonesia dan lebih berfokus pada hal tersebut. Karena lembaga ini merupakan salah satu lembaga yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia yang menangani karya seni rupa tersebut. Berdasarkan dokumen, pengunjung Galeri Nasional Indonesia paling banyak berusia 18 hingga 44 tahun. Tetapi ada juga kelompok pengunjung dengan rentang usia 13 hingga 17 tahun dan di atas 45 tahun.

Pengunjung Galnas berasal dari seluruh lapisan masyarakat, tetapi umumnya adalah seniman, pelajar, mahasiswa, akademisi, kritikus seni, pecinta seni, pegawai atau pejabat pemerintah, pelaku usaha pada bidang seni, dan kolektor seni. Selanjutnya, Galeri Nasional Indonesia memiliki situs utama yang beralamat di galeri-nasional.or.id. Situs tersebut mulai berdiri pada tanggal 28 Maret 2014. Tujuan dari pembuatan situs tersebut adalah sebagai sumber informasi resmi yang dikeluarkan oleh Galeri Nasional Indonesia. Selanjutnya, penulis meminta penjelasan lebih lanjut mengenai kekurangan yang dimiliki oleh *website* GNI saat ini.

Berdasarkan keterangan Rezki, kekurangan yang ada pada situs tersebut adalah tampilan visual yang sudah tidak sesuai,

selanjutnya menu-menu yang belum lengkap, dan kurang dinamisnya situs tersebut ketika diubah ke versi gadget. Pada awalnya situs tersebut digunakan hanya untuk menampilkan profil Galnas, menjelaskan visi dan misi, agenda pameran, dan berita. Pada tahun ini, mereka bekerja sama dengan tim yang dipimpin oleh Andang untuk mengintegrasikan seluruh *website* yang dimiliki oleh galeri nasional. Rencananya pada bulan Maret akan dilaksanakan uji coba terhadap situs baru tersebut. Integrasi *website* tersebut dilakukan dengan menggabungkan *web* informasi umum, *web* pameran *online*, *web* registrasi pameran, dan *web* koleksi karya.

Kondisi ideal yang ingin dicapai oleh situs ini adalah sebuah *website* yang memiliki fungsi sebagai laman profil, *database* koleksi, dan registrasi pameran. Selanjutnya ketika penulis menanyakan apakah situs tersebut menjadi tempat utama untuk masyarakat mengenal galeri selama pandemi, mereka mengatakan tidak. Program pameran dilaksanakan pada *website* khusus dan informasi lebih banyak dipusatkan di media sosial. Penulis selanjutnya menanyakan mengapa lebih memilih menggunakan media sosial. Desi menjawab bahwa media sosial sudah ada sebelum pandemi, platform media sosial digunakan karena membutuhkan media komunikasi yang mudah ditangkap dan cepat bisa diterima oleh khalayak luas.

Ditambahkan dengan pernyataan Zamrud, media sosial juga digunakan karena media yang paling cepat dalam menjangkau audiens. Rizki juga mengatakan perkembangan *website* juga tidak boleh kalah dari media sosial dan harus saling terintegrasi. Hal tersebut juga menjadi poin yang perlu dipertimbangkan untuk kedepannya, ujar Zamrud. Menurutnya, poin pertimbangan tersebut adalah bagaimana *website* digunakan

untuk mengimbangi media sosial atau melengkapi kekurangan yang tidak bisa di *cover* oleh medsos.

Selanjutnya, penulis bertanya mengenai bagaimana cara GNI mewujudkan misi besar mereka. Menurut keterangan Desi, langkah konkrit yang sudah dilakukan adalah dengan memiliki situs yang berisi data mengenai koleksi yang mereka miliki. Saat ini mereka sedang membangun ulang *database* tersebut dan rencananya akan diaplikasikan ke dalam *website* terbaru mereka. *IVAA* atau *Indonesia Visual Arts Archive* juga berperan dalam membantu penginputan dan validasi data koleksi yang dimiliki oleh Galnas, ujar Zamrud. Penginputan data sudah dilakukan sejak tahun 2010, tetapi sempat menemui kendala sehingga prosesnya sempat terhenti.

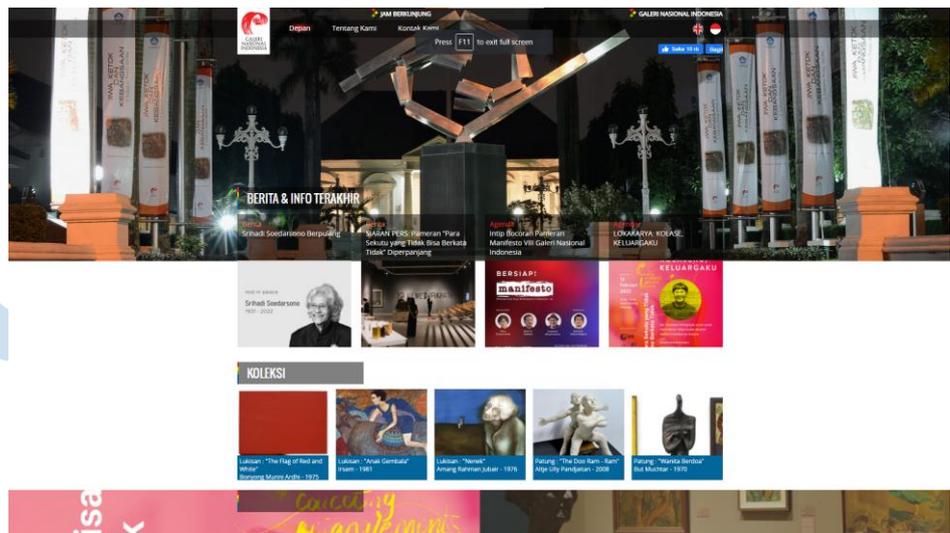
Salah satu faktornya adalah perubahan pola fisik, yaitu konversi dari data fisik menuju data digital. Terakhir, berdasarkan dokumen yang telah diberikan, Galeri Nasional Indonesia merupakan satu-satunya galeri yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia dan menjadi wajah perkembangan seni rupa. Sehingga Galnas tidak menganggap galeri swasta sebagai saingan, tetapi lebih sebagai mitra pemerintah dalam mengembangkan seni rupa di Indonesia. Galeri tersebut akan terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan yang ada saat ini. Hal-hal yang sudah dilakukan oleh GNI pada pandemi saat ini adalah melakukan pameran daring, mengadakan tur virtual 360 derajat, pameran 360 derajat, diskusi, seminar, *workshop*, dan masih banyak hal lainnya.

3.1.1.3 Observasi

Pada tahap ini penulis melaksanakan pengamatan atau observasi. Metode pengamatan dilakukan dengan dua cara. Pertama, penulis mengamati *website* Galeri Nasional Indonesia. Kedua, penulis melakukan uji coba situs tersebut kepada target perancangan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana mereka berinteraksi dengan situs tersebut.

1) Observasi terhadap *website* Galnas

Tahapan observasi terhadap situs Galnas dilakukan dengan menggunakan dua cara. Pertama, penulis mengamati *UI* dan *UX* *website* tersebut. Bagian-bagian yang menjadi objek pengamatan adalah *layout*, *color*, *typeface*, *icon*, dan *information architecture* pada situs tersebut. Tujuannya adalah untuk memperdalam pengetahuan penulis mengenai situs tersebut serta mengetahui permasalahan yang ada. Kedua, penulis membuat tabel SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki situs tersebut.



Gambar 3.5 Tampilan halaman utama pada situs GNI
Sumber: <http://galeri-nasional.or.id/> (n.d.)

Situs ini memberikan informasi kepada pengunjung berupa koleksi karya seni, berita, alamat tempat galeri, profil lembaga,

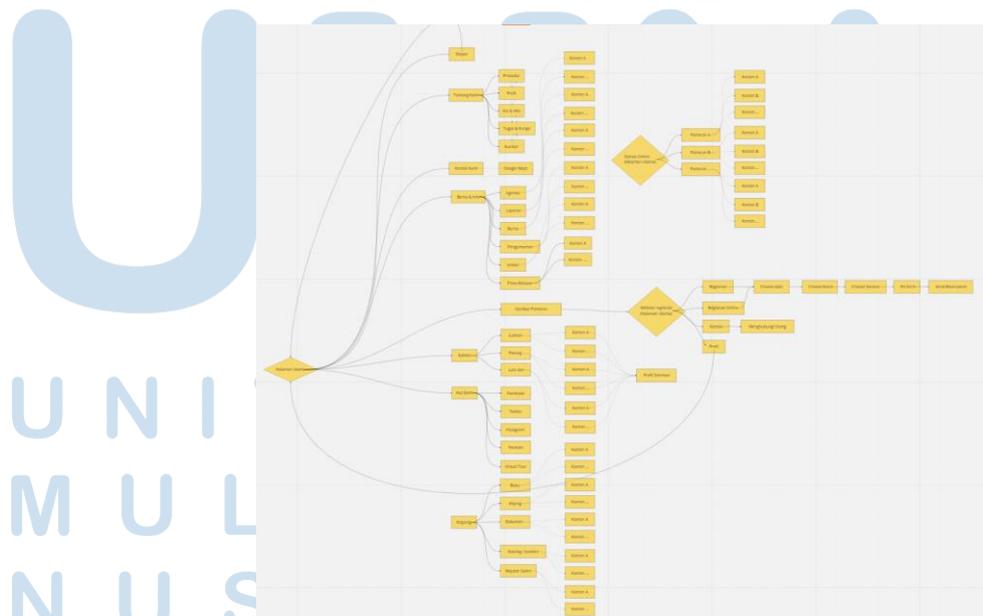
dan tur virtual. Terdapat juga gambar yang akan mengarahkan pengunjung kepada situs pemesanan tiket yang terpisah dari situs utama. Selain itu, terdapat juga publikasi yang dapat menambah pengetahuan pengunjung, tetapi halaman tersebut tidak bisa diakses secara langsung melalui *web* tersebut. Terakhir, terdapat juga situs untuk pameran secara daring, tetapi tidak ada *link* yang dapat mengarahkan pengunjung ke situs pameran *online* tersebut.

a) Analisa Terhadap *UI* dan *UX*

Berikut hasil pengamatan penulis terhadap situs Galnas:

(1) *Information Architecture*

Penulis telah memetakan halaman-halaman yang ada pada museum tersebut dengan membuat arsitektur informasi berdasarkan pengamatan penulis ketika mengunjungi *website* tersebut. Arsitektur informasi tersebut berisi informasi mengenai alur dalam menggunakan situs tersebut. Arsitektur informasi tersebut penulis buat dengan menggunakan Miro.



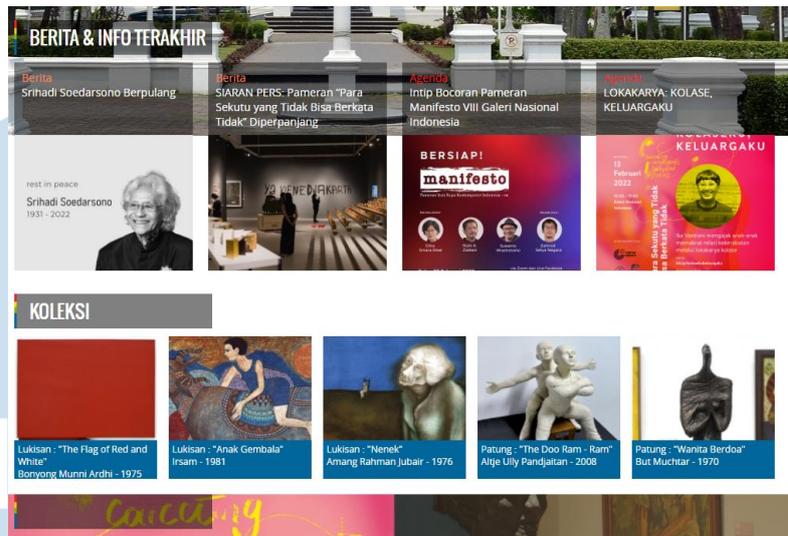
Gambar 3.6 Arsitektur informasi untuk GNI

Berdasarkan arsitektur informasi tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang penulis temukan. Pertama, poin akses yang hilang seperti pada bagian klipng yang tidak ditemukan dari halaman utama maupun dari halaman lainnya. Pengunjung yang ingin mencari publikasi seperti buku, majalah, katalog, dokumen, dan banyak lainnya yang dimiliki oleh galeri tersebut harus mengetik sendiri pada pencarian Google dengan menggunakan *keyword* klipng. Kedua, fitur untuk memesan tiket terdapat di dalam gambar. Apabila pengunjung menekan gambar tersebut, mereka akan dialihkan ke dalam situs baru yang berfungsi untuk memesan tiket tersebut.

Ketiga, konten tur virtual terdapat dibagian bawah dan terkelompok dengan media sosial. Keempat, terdapat pameran yang bisa ditonton secara daring, tetapi pameran tersebut terpisah dari situs utama dan menjadi situs tersendiri serta memerlukan waktu untuk mencari pameran tersebut. Sehingga pengunjung perlu mencari sendiri pameran tersebut melalui mesin pencarian.

(2) *Layout*

Pada halaman utama, tata letak pada bagian berita & info menabrak bagian gambar. Selanjutnya, latar pada bagian koleksi dan berita tidak memiliki kesamaan antara satu sama lain. Pada bagian berita, tulisan teks diletakan di atas gambar. Sedangkan untuk koleksi, *wordings* diletakan dibagian bawah gambar.



Gambar 3.7 Tata letak pada halaman utama
 Sumber: <http://galeri-nasional.or.id/> (n.d.)

Selain itu, situs ini juga tidak memiliki penggunaan jarak yang sama. Terdapat juga beberapa artikel atau berita yang memiliki *sub-text* dan tidak, serta memiliki panjang dan spasi teks yang beragam. Hal ini menimbulkan beberapa ruang kosong pada bagian tengah halaman sehingga terlihat tidak beraturan.

(3) *Color*

Situs tersebut memiliki berbagai macam warna yang digunakan, seperti merah, biru, hijau muda dan tua, oranye, dan kuning. Warna tersebut digunakan untuk mengelompokkan konten-konten yang ada di dalam galeri tersebut. Selain itu, terdapat juga penggunaan warna yang tidak konsisten pada bagian container untuk judul-judul konten bagian halaman utama. Pada bagian judul yang menyatu dengan gambar, mereka menggunakan warna hitam yang diberikan *opacity* sebagai latar. Tetapi pada bagian judul yang tidak menabrak dengan gambar mereka memberikan warna

biru. Beberapa warna ini juga menyatu dengan gambar sehingga teks menjadi tidak terbaca.



Gambar 3.8 kode warna untuk bagian berita
Sumber: <http://galeri-nasional.or.id/> (n.d.)

Inkonsistensi tersebut juga berlanjut kepada bagian konten koleksi. Hanya pada bagian tersebut saja yang memiliki latar yang berwarna biru, sementara pada bagian klipring dan berita tidak menggunakan latar tersebut. Selain itu, terjadi juga perbedaan pada bagian berita. Mereka menggunakan warna biru untuk menandakan bahwa teks tersebut dapat di klik. Tetapi pada bagian koleksi dan *hyperlink* lainnya mereka menggunakan warna yang terdapat pada logo mereka yaitu merah sebagai penanda untuk *link* tersebut.

(4) *Typeface*

Website Galeri Nasional Indonesia menggunakan *typeface* berupa *sans serif*. Mereka menggunakan beberapa variasi ketebalan seperti *regular* dan *bold*. Terdapat perbedaan *font* antara teks pada bagian navigasi dan judul, pada bagian navigasi mereka menggunakan teks proporsi normal sedangkan pada judul mereka memakai *font* yang memiliki proporsi memanjang atau *condensed*.

(5) *Icon*

Situs Galeri Nasional Indonesia memiliki penggunaan ikon pada bagian media sosial dan tur virtual. Ikon tersebut merupakan logo sosial media yang mereka

miliki. Selain dari hal tersebut, situs ini tidak memiliki ikon pada menu lainnya.

b) Analisa SWOT

Selain melakukan analisa pada *UI* dan *UX* museum tersebut, penulis juga melakukan membuat tabel yang berisi analisa *SWOT* pada situs tersebut. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh situs Galeri Nasional Indonesia. Berikut adalah tabel yang berisi analisa *SWOT* yang telah penulis buat:

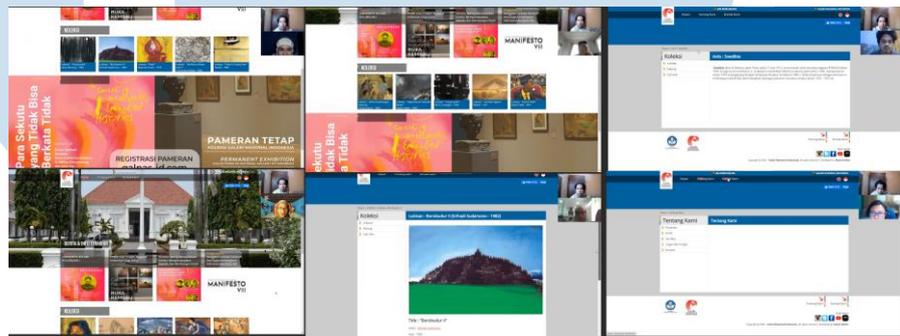
Tabel 3.1 Tabel *SWOT* GNI

Aspek	Poin-poin penjelasan
<i>Strenghts</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat konten tur virtual yang dapat memberikan pengalaman mengunjungi galeri tersebut secara daring • Terdapat informasi mengenai penjelasan karya dan profil seniman pada bagian koleksi • Terdapat fitur penggunaan Gmaps yang dapat menunjukan lokasi galeri tersebut
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur pemesanan tiket yang terpendam di dalam sebuah gambar atau artikel dan menjadi situs <i>website</i> tersendiri • Menu tur virtual yang berada di akhir halaman utama dan tergabung di dalam media sosial sehingga tidak disadari. • Menu publikasi atau kliping yang tidak dapat ditemukan dari halaman utama sehingga harus mencari dahulu melalui

	<p>mesin pencarian Google</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten pameran Galeri Nasional Indonesia menjadi situs tersendiri yang membutuhkan waktu untuk mencari halaman tersebut dan tidak ada di dalam <i>website</i> tersebut • Penataan tata letak yang kurang tersusun • Pengalaman dalam mencari informasi yang kurang baik
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menambahkan fitur <i>WCAG (Web Content Accesibility Guidelines)</i> dengan tujuan untuk memperluas aksesibilitas kepada seluruh tipe pengguna internet • Memberikan interaktifitas seperti menambahkan <i>micro interaction</i> atau konten lainnya yang memberikan komunikasi dua arah antara pengunjung dengan Galeri Nasional Indonesia ke dalam situs tersebut • Membuat menu untuk membangun dan membina komunitas dan ekosistem seni yang berada di Indonesia • Menambahkan konten untuk mengenal sejarah Galeri Nasional Indonesia
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat <i>website</i> serupa (Museum <i>MACAN</i>) yang juga mengkoleksi karya seni rupa modern dan kontemporer

2) *Peers observing peers*

Menurut IDEO (2015, hlm. 60), *peers observing peers* ditujukan untuk mempelajari kebiasaan dan kebutuhan pengguna atau target perancangan. Pada kesempatan ini, penulis menggunakan metode tersebut untuk mempelajari bagaimana mereka berinteraksi dengan situs Galeri Nasional Indonesia. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk mengetahui tingkat *accessibility* dan *discoverability* pada *website* tersebut. Pengamatan dilakukan pada tanggal 18, 19, dan 20 Februari 2022 dengan jumlah enam orang peserta. Pengamatan tersebut dilakukan di dalam aplikasi Zoom.



Gambar 3.9 Uji coba pada tahapan *peers observing peers*

Peserta dari uji coba tersebut terdiri dari tiga orang laki-laki dan tiga orang perempuan. Mereka adalah Alif Fairuz, Ariq Iqbal, M. Athallah, Putri Ramadhani, Salma rafif, dan Qonita Amalia. Penulis mengambil orang-orang tersebut karena memenuhi kriteria batasan masalah yang sudah penulis buat. Berikut adalah tabel data diri dari para peserta uji coba:

Tabel 3.2 Tabel data diri peserta *peers observing peers*

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Status pekerjaan	Domisili
Alif	Laki-laki	21 tahun	Karyawan swasta	Bandung

Ariq	Laki-laki	21 tahun	Mahasiswa	Tangerang
Athallah	Laki-laki	20 tahun	Mahasiswa	Tangerang
Putri	Perempuan	21 tahun	Mahasiswa	Tangerang
Salma	Perempuan	21 tahun	Karyawan swasta	Bandung
Qonita	Perempuan	20 tahun	Mahasiswa	Jogjakarta

Tes tersebut dilakukan dengan memberikan tujuh buah skenario yang harus diikuti oleh setiap peserta. Masing-masing dari skenario tersebut mewakili bagian-bagian menu yang ada pada situs tersebut. Berikut adalah daftar skenario yang telah penulis buat untuk dilaksanakan pada saat uji coba:

1. Mencari lukisan dan profil seniman
2. Mencari berita mengenai aktivitas terkini
3. Mencari alamat gedung GNI
4. Memesan tiket untuk berkunjung ke pameran
5. Mencari menu tur virtual
6. Mencari profil galeri
7. Mencari publikasi berupa majalah atau buku

Untuk melaksanakan tes tersebut, penulis menggunakan matriks *usability test* yang dipakai oleh Shestopalov (2020). Pada matriks tersebut terdapat tugas yang dilakukan oleh para peserta, nama pencoba, tanggal percobaan, dan hasil dari percobaan pada tes tersebut. Selain itu, menurut Nielsen (2000),

ia mengemukakan bahwa *user test* dapat dilakukan dengan peserta minimal berjumlah lima orang. Ia mengatakan bahwa tes pengguna pada percobaan keempat, kelima, dan seterusnya akan ditemukan pola pengulangan yang sudah pernah dilakukan oleh penguji sebelumnya. Selain itu, ia juga berpendapat bahwa pengujian pengguna dengan *tester* berjumlah lima orang dapat membuat *budget* atau dana yang dimiliki menjadi lebih tepat guna dan lebih efisien.

Task success:

- = coped at the first attempt,
- = coped but with difficulties,
- = couldn't cope at all,
- 👉 = a side idea.

Tasks with the prototype/product

	Jean-Paul, London, April 27	Caren, Montreal, May 2	Albert, Springfield, May 4
<u>Editing textual content</u>	● 3-4 attempts to guess unclear icons ("Find and replace," "Version history"). Couldn't insert an inline component.	● Said she enjoys the way actions are grouped in the new version.	● Couldn't find the "More actions" icon. It turned out Albert is color-blind and has low vision. Usually uses 125% zoom for working with web apps.
<u>Adjusting metadata</u>	● Likes the way it is redesigned, all the data is in one place now. Though doesn't use the "Workflow" section.	● 2 attempts. At first, clicked on the "three dots" icon in the outline. Then found the "Properties" tab and said it was logical but he didn't expect it to be so obvious. 👉 Often there are 10-15 levels in metadata hierarchy. How to manage that?	● Found it fast. Thinks that the order should be rearranged: "Workflow" isn't important, so it can be moved down.
<u>Read-only content</u>	● Also was looking at the left sidebar, was wondering what green and red dots near the titles mean. Thought green stood for safe, red — for unsafe.	● Was scrolling up and down and trying to click on each element. Only after a hint, found a grey background and a red dot in the outline.	● Noticed the background but couldn't see the icons in the outline. 👉 Assumes colored dots in the outline could be invisible for colorblind people. 10% of his colleagues are color blind.

Gambar 3.10 Matriks *usability test*

Sumber: <https://www.notion.so/Usability-testing-report-56dedb202ed04921a53b9094378ae22e>, (n.d.)

Penulis melaksanakan uji coba tersebut mengikuti waktu luang yang dimiliki oleh peserta. Sebelum melaksanakan uji coba, penulis menghubungi mereka terlebih dahulu untuk meminta persetujuan mereka. Setelah mereka menyetujui untuk ikut berpartisipasi, penulis mengatur jadwal pertemuan untuk masing-masing peserta. Pada bagian tabel terdapat nomor, nomor tersebut merupakan nomor dari kegiatan skenario yang sedang dilakukan. Berikut merupakan tabel dari hasil uji coba yang telah dilaksanakan:

Tabel 3.3 Tabel matriks *usability test* pada *peers observing peers*

No.	Alif (19-02-2022)	Ariq (19-02-2022)	Athallah (20-02-2022)	Putri (19-02-2022)	Salma (19-02-2022)	Qonita (18-02-2022)
1.	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil, dengan baik
2.	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik
3.	Berhasil, tapi butuh 2 kali mencoba	Berhasil, tapi butuh 5 kali mencoba	Berhasil, tapi butuh 2 kali mencoba	Berhasil, tapi butuh 1 kali mencoba	Berhasil dengan baik	Berhasil, tapi butuh 1 kali mencoba
4.	Berhasil dengan baik	Berhasil, tapi butuh 15 kali mencoba	Berhasil, tapi butuh 1 kali mencoba	Berhasil dengan baik	Berhasil, tapi butuh 2 kali mencoba	Berhasil, tapi butuh 4 kali mencoba
5.	Berhasil, tapi butuh 2 kali mencoba	Gagal, tidak ketemu	Gagal, tidak ketemu	Gagal, tidak ketemu	Gagal, tidak ketemu	Gagal, tidak ketemu
6.	Berhasil, dengan baik	Berhasil, dengan baik	Berhasil, dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik	Berhasil dengan baik

7.	Berhasil dapat majalah tapi butuh 5 kali mencoba dan buku tidak ketemu	Berhasil dapat majalah. Tapi tidak dengan buku	Berhasil dapat majalah tetapi butuh 1 kali percobaan dan tidak dengan buku	Gagal, tidak ketemu	Berhasil dapat majalah. Tapi tidak dengan buku	Gagal, tidak ketemu
----	--	--	--	---------------------	--	---------------------

Berdasarkan hasil percobaan tersebut, ditemukan bahwa kebanyakan peserta tidak berhasil menemukan halaman tur virtual. Mereka menyayangkan hal tersebut karena menu tur virtual ini dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Selain itu, menu tiket juga lumayan sulit untuk dicari oleh beberapa peserta karena letaknya yang tidak disadari oleh mereka. Terakhir, mereka hanya menemukan bacaan berupa majalah saja, tetapi sulit untuk menemukan buku.

Mereka juga memberikan tanggapan bahwa informasi yang ada pada situs tersebut membuat mereka kebingungan. Sehingga mereka kesulitan untuk mencari informasi yang dituju secara cepat dan menurunkan aksesibilitas mereka. Selain itu, terdapat juga tanggapan dari peserta bahwa tampilan pada situs tersebut kurang merepresentasikan sebuah situs museum atau galeri.

3.1.1.4 Studi Eksisting

Penulis melaksanakan studi eksisting terhadap *website* Museum Macan dan Selasar Sunaryo. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui cara *website* yang menampilkan informasi mengenai galeri atau museum seni menyajikan informasinya. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengetahui kelebihan dan

kekurangan yang dimiliki oleh situs-situs tersebut. Dalam tahapan ini, penulis menggunakan metode SWOT. Menurut Kenton (2021) analisa SWOT memiliki pengertian yaitu sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi kompetitor dan mengembangkan strategi perencanaan berdasarkan data yang didapatkan dari analisa tersebut, faktor-faktor yang dijadikan poin dalam analisa tersebut adalah kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

1) **Museum MACAN**

Menurut keterangan yang ada di dalam situs mereka, Museum *MACAN (Modern And Contemporary Art in Nusantara)* (n.d.) adalah lembaga yang menyediakan akses kepada khalayak umum untuk menikmati koleksi seni modern dan kontemporer yang ada di Indonesia dan mancanegara. Museum ini memberikan akses pameran dan program tertentu yang ditujukan untuk masyarakat umum. Mereka memiliki tujuan untuk menjadi media bagi para seniman Indonesia dan internasional serta memperkenalkan karya mereka kepada khalayak luas dan mengadakan komisi untuk memperluas perkembangan seni kontemporer baik di dalam negeri maupun di luar Indonesia.



Gambar 3.11 Halaman utama pada situs Museum MACAN
Sumber: <https://www.museummacan.org/>, (n.d.)

Museum *MACAN* ini didirikan oleh Haryanto Abikusumo, ia merupakan seorang kolektor seni yang pernah mendapatkan penghargaan yaitu sebagai kolektor seni terbaik bersama dengan kolektor Indonesia lainnya. Mereka memiliki sebuah situs yang beralamat di <https://www.museummacan.org/>. Selanjutnya, penulis memutuskan untuk menganalisa situs tersebut karena museum tersebut memiliki kesamaan dengan Galeri Nasional Indonesia, yaitu sama-sama mengkoleksi karya-karya seni rupa yang bersifat modern dan kontemporer. Berikut merupakan tabel analisa *SWOT* terhadap *website* Museum *MACAN* yang telah dibuat oleh penulis:

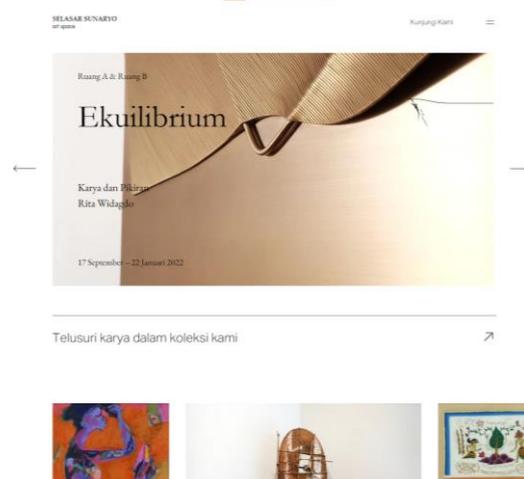
Tabel 3.4 Tabel *SWOT* untuk situs Museum *MACAN*

Aspek	Poin-poin penjelasan
<i>Strenghts</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat interaktifitas antara pengunjung dengan <i>website</i> museum tersebut pada bagian halaman ruang seni anak • Terdapat koleksi seni yang dapat dilihat melalui <i>website</i> tersebut • Terdapat fungsi untuk merubah teks dari Indonesia ke dalam Bahasa Inggris • Kemudahan aksesibilitas dalam mencari informasi melalui fitur <i>search</i>, <i>filter</i>, dan <i>pagination</i> • Terdapat fitur yang dapat menunjukkan tempat tersebut melalui Gmaps dan Waze
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat penjelasan atau informasi mengenai karya-karya tersebut pada bagian koleksi seni

<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menambahkan fitur tur virtual
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat Galeri Nasional Indonesia yang dapat memberikan akses yang terbuka kepada publik untuk melihat koleksi dan pameran yang dimiliki oleh mereka secara daring dan gratis

2) Selasar Sunaryo

Menurut situs Selasar Sunaryo (n.d.), tempat tersebut merupakan sebuah gedung pameran yang berada di daerah Bandung, Jawa Barat. Tempat tersebut oleh didirikan oleh Sunaryo pada tahun 1998 bersama dengan Yayasan Selasar Sunaryo. Tujuan dari pembangunan gedung tersebut untuk menjadi tempat pengembangan dan pengkajian seni dan budaya visual di Indonesia. Kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh mereka adalah pameran, loka karya, residensi, dan diskusi. Selasar ini telah banyak bekerja sama dengan institusi-institusi yang berasal dari mancanegara atau luar negeri.



Gambar 3.12 Halaman utama pada situs Selasar Sunaryo
Sumber: <https://www.selasarsunaryo.com/>, (n.d.)

Sunaryo merupakan seorang seniman yang bergerak dibidang seni patung. Selasar ini memiliki situs yang beralamat pada <https://www.selasarsunaryo.com/>. Di dalam *website* tersebut pengunjung dapat melihat pameran, kegiatan, dan pengetahuan tentang Selasar Sunaryo. Berikut adalah tabel analisa *SWOT* terhadap situs tersebut:

Tabel 3.5 Tabel *SWOT* untuk situs Selasar Sunaryo

Aspek	Poin-poin penjelasan
<i>Strenghts</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat koleksi yang dapat dinikmati • Karya pada koleksi memiliki penjelasan • Penggunaan kontras warna yang tinggi
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiket harus dipesan di tempat tersebut atau secara luring
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat halaman untuk tiket <i>online</i>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat Galeri Nasional Indonesia yang dapat memberikan akses yang terbuka kepada publik untuk melihat koleksi dan pameran yang dimiliki oleh mereka secara daring dan gratis.

Setelah membuat analisis *SWOT* terhadap dua situs tersebut, selanjutnya penulis membuat tabel yang berisi perbandingan antara *web* Galeri Nasional Indonesia, Museum *MACAN*, dan Selasar Sunaryo. Tujuan dari tabel ini adalah untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari ketiga *website* tersebut berdasarkan aspek *UI* dan *UX*nya. Berikut adalah tabel yang telah dibuat oleh penulis:

Tabel 3.6 Tabel perbandingan *UI* dan *UX* ke-tiga situs

Aspek	GNI	Museum MACAN	Selasar Sunaryo
<i>Information Architecture</i>	Terdapat beberapa halaman yang sulit diakses dan tidak terlihat	Seluruh halaman dapat dijangkau dari halaman utama	Seluruh halaman dapat dijangkau dari halaman utama
<i>Layout</i>	Terdapat inkonsistensi dalam tata letak dan peletakan elemen	Tata letak yang konsisten	Tata letak konsisten
<i>Color</i>	Berbagai macam warna digunakan dalam situs tersebut.	Konsisten menggunakan warna orange yang merupakan unsur branding dari museum tersebut.	Menggunakan warna hitam
<i>Icon</i>	Terdapat penggunaan ikon	Terdapat penggunaan ikon	Terdapat penggunaan ikon

<i>Typography</i>	Menggunakan <i>sans serif</i>	Menggunakan <i>sans serif</i>	Menggunakan <i>serif dan sans serif</i>
-------------------	----------------------------------	----------------------------------	--

3.1.1.4 Studi Referensi

Tujuan dari studi referensi adalah untuk mendapatkan acuan untuk perancangan ulang situs yang dilakukan oleh penulis. Studi dilakukan dengan mencari gambar di internet yang nanti akan digunakan sebagai referensi, referensi. Referensi tersebut dapat dijadikan acuan ketika merancang layout, memilih warna, memilih tipografi, maupun cara menyampaikan informasi.

1) Johan Erdmann *Staatliche Museen zu Berlin*

Berdasarkan keterangan Nationalgalerie (n.d), situs ini merupakan pameran *online* yang diadakan oleh The Alte Nationalgalerie. Situs ini dibuat dengan tujuan untuk memamerkan karya Johann Erdmann Hummel. Menurut keterangan pada *web* tersebut, ia merupakan seorang pelukis yang hidup pada masa 1786-1822. Ia sering membuat lukisan bergaya *hyperrealistic* pada karya yang dia buat.



Gambar 3.13 Halaman utama pada situs *Magische Spiegelungen*
Sumber: <https://www.magische-spiegelungen.de/>, (n.d)

Penulis mengambil referensi ini sebagai acuan untuk pembuatan halaman depan. Pada *redesign* yang penulis buat, halaman depan akan menggunakan gambar dengan ukuran layar penuh dan di isi oleh teks dengan ukuran besar. Hal ini ditujukan untuk menambah unsur estetika pada *website* galeri yang penulis desain ulang.

2) The Shift

Berdasarkan keterangan pada situs The Shift (n.d), situs ini merupakan sebuah *profile company* dan *portofolio* milik agensi yang bernama The Shift. Agensi ini terletak di Tokyo, Jepang. Mereka menyediakan jasa pembuatan platform yang memberikan perspektif dan solusi baru kepada para pengguna. Mereka memadukan teknologi, desain, kreativitas, dan ilmu sains untuk menciptakan hasil yang *anti mainstream*.



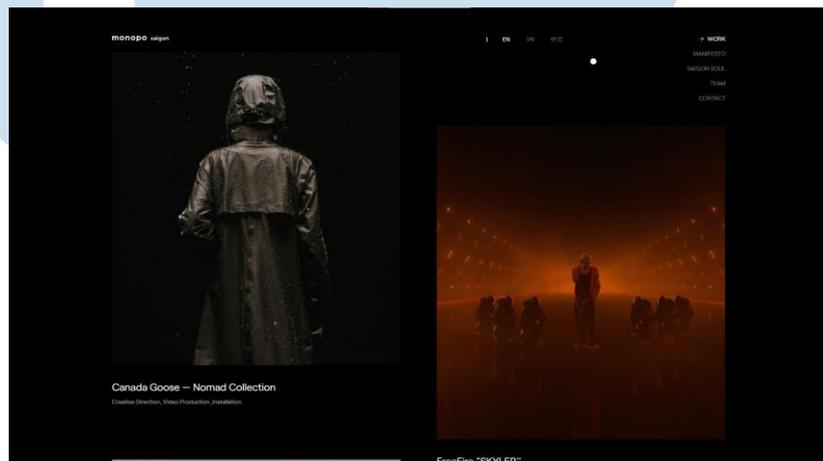
Gambar 3.14 Halaman utama pada situs The Shift
Sumber: <https://theshift.tokyo/en/>, (n.d)

Pada desain ini, penulis ingin mengambil gambar ini sebagai referensi untuk *layout* dan tipografi yang penulis pakai dalam perancangan. Penulis berencana untuk menggunakan tipografi dengan berbagai macam ketebalan dan lebih dari satu *typeface* serta *grid* yang *modular*. Tujuannya adalah untuk

menciptakan kesan modern dan kontemporer pada situs galeri yang akan dirancang ulang.

3) Monopo Saigon

Berdasarkan keterangan pada situs Monopo Saigon (n.d), *web* ini adalah situs portofolio dan profil perusahaan milik agensi monopo yang terletak di Saigon, Vietnam. Agensi ini telah banyak bekerja sama dengan beberapa brand besar seperti Nike, Louis Vuitton, Sony, dan banyak lainnya. Mereka memiliki kantor pusat yang berada di Tokyo, Jepang. Selain di Vietnam, agensi ini juga memiliki beberapa cabang di negara-negara lainnya seperti Inggris, Jepang, dan Amerika Serikat.



Gambar 3.15 Halaman portofolio pada situs Monopo Saigon
Sumber: <https://monopo.vn/#>, (n.d)

Penulis mengambil gambar ini sebagai referensi untuk dijadikan acuan dalam perancangan ulang situs Galnas. Pada gambar ini, penulis mengambil referensi pada bagian penyajian portofolio mereka. Penulis rencananya akan membuat ukuran karya yang besar pada bagian koleksi pada Galeri Nasional. Tujuannya adalah untuk meningkatkan impresi pengunjung ketika melihat karya seni. Selain itu, penulis juga menyediakan alternatif untuk melihat karya dalam ukuran kecil sehingga

pengunjung bisa menemukan berbagai macam koleksi seni dalam satu layar.

Studi referensi tersebut kemudian dibuat menjadi tabel dengan tujuan untuk mempermudah penulis membandingkan masing-masing referensi. Tabel ini berisi tujuan melaksanakan studi referensi pada masing-masing objek. Berikut adalah tabel yang berisi studi referensi yang telah dibuat:

Tabel 3.7 Tabel perbandingan *UI* dan *UX* ke-tiga situs

Museen Zu Berlin	The Shift	Monopo Saigon
<ul style="list-style-type: none"> • Referensi untuk halaman utama. Pada halaman utama akan di isi video <i>motion graphic</i> yang dikombinasikan dengan navigasi untuk halaman utama 	<ul style="list-style-type: none"> • Referensi untuk bagian layout. Redesign akan menggunakan <i>layout modular grid</i> seperti The Shift 	<ul style="list-style-type: none"> • Referensi untuk penyajian karya seni. Pada bagian koleksi, karya yang ingin ditampilkan ingin dibuat besar seperti portofolio Monopo Saigon.

3.1.1.5 Secondary Research

Menurut IDEO (2015, hlm. 37), *secondary research* digunakan ditujukan untuk mencari data tambahan mengenai permasalahan dengan menggunakan sumber tekstual atau bacaan. Mereka mengatakan bahwa cara ini dapat dilakukan baik dengan menggunakan sumber *online* atau *offline*. Pada tahap ini, penulis memasukan informasi mengenai logo GNI. Tujuannya adalah untuk memahami Galnas melalui pemaknaan pada logo mereka.

1) Logo GNI

Pada saat wawancara dengan pihak Galnas, penulis diberikan dokumen yang berisi arti dan makna dari logo GNI. Berdasarkan dokumen tersebut, terdapat logo dengan bentuk yang bergelombang. Hal ini memiliki makna bahwa perkembangan seni rupa terus terjadi tanpa batas. Pada bagian bawah logo terdapat garis-garis yang tidak beraturan mirip seperti cukil kayu Jepang (*Ukiyo-e*) dan pada bagian atas terdapat garis yang membentuk *pixel*. Hal ini mengartikan perkembangan seni rupa dari tradisional menuju ke arah digital.



**GALERI
NASIONAL
INDONESIA**

ARTI DAN MAKNA LOGO GALERI NASIONAL INDONESIA

Logo Galeri Nasional Indonesia berbentuk seperti gelombang melingkar yang menandakan bahwa gelombang perkembangan seni rupa akan terjadi terus-menerus tanpa batas.

Bagian bawah gelombang berbentuk garis-garis dengan pola tidak beraturan menyerupai cukil kayu *Ukiyo-e* dari Jepang (sangat terkenal pada masa Edo 1600-1868 Masehi) sebagai cikal bakal perkembangan seni rupa, yang kemudian berkembang menuju ke arah digital seperti yang digambarkan pada bagian atas gelombang dengan bentuk menyerupai pixel-pixel.

Logo Galeri nasional Indonesia juga berbentuk seperti tangan yang menggenggam. Hal tersebut diartikan bahwa Galeri Nasional Indonesia merupakan lembaga yang melingkupi / concern / fokus pada dunia seni rupa.

Warna logo Galeri Nasional Indonesia berwarna merah, disamakan dengan salah satu warna bendera Negara Indonesia. Warna tersebut untuk menunjukkan identitas Galeri Nasional Indonesia sebagai museum seni rupa milik Negara Indonesia.

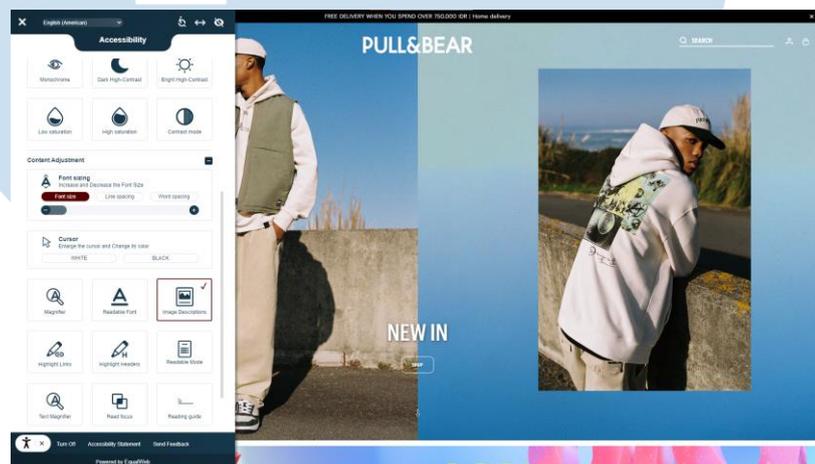
Tipografi dibuat 3 (tiga) tingkat untuk menggambarkan sebuah pondasi berundak yang kokoh untuk menopang logo Galeri Nasional Indonesia yang merepresentasikan dunia seni rupa.

Gambar 3.16 Arti dan makna dari logo GNI

Pada logo ini terdapat bentuk yang menyerupai tangan yang sedang menggenggam, hal ini mengartikan bahwa lembaga ini berfokus pada bidang seni rupa. Selanjutnya, logo ini juga menggunakan warna merah. Hal ini ditujukan untuk menyamai warna pada bendera negara Indonesia. Selain itu, warna ini juga digunakan sebagai penunjuk identitas bahwa Galnas merupakan museum seni rupa milik negara Indonesia. Terakhir, terdapat tipografi yang disusun menjadi tiga tingkat, hal tersebut memiliki makna bahwa GNI merupakan fondasi yang kokoh yang berfungsi sebagai representasi dunia seni rupa.

2) WCAG

Menurut situs W3 (n.d.), WCAG atau *Web Content Accessibility Guideline* adalah panduan yang digunakan secara universal untuk membuat *website* menjadi lebih dapat diakses oleh seluruh kalangan pengguna internet. Panduan ini dibuat oleh konsorsium *website*. Konten yang termasuk di dalam WCAG adalah informasi seperti teks, gambar, suara, serta kode atau *markup* yang menjelaskan struktur atau presentasi. Pada saat ini terdapat versi terbaru WCAG yaitu versi 2.2. Versi dikembangkan dengan tujuan untuk memperluas aksesibilitas untuk pengguna dengan disabilitas.



Gambar 3.17 Penggunaan WCAG berupa alat pada situs Pull n Bear
Sumber: <https://www.pullandbear.com/id/en/man-n6228>, (n.d.)

WCAG ditujukan untuk pengembang website, pengembang alat untuk *website*, pengembang alat untuk evaluasi WCAG, dan orang yang membutuhkan standar WCAG, termasuk untuk versi *mobile*. Seperti yang terlihat pada gambar diatas, penggunaan WCAG dapat berupa konversi teks ke suara, perubahan warna dan penajaman kontras, pengaturan ukuran teks, dan masih banyak lainnya. Terdapat empat prinsip dalam WCAG, yaitu *perceivable*, *operable*, *understandable*, dan *robust*. Selain itu, terdapat tiga level untuk mendefinisikan tingkat kesuksesan aksesibilitas pada *web*, yaitu A, AA, dan AAA. Level pada AAA merupakan level aksesibilitas paling tinggi yang dapat dimiliki oleh *website*.

Perceivable adalah informasi dan komponen tampilan antarmuka harus dapat mudah dipresentasikan kepada pengguna dengan cara yang mudah dilihat. *Operable* adalah komponen tampilan antarmuka dan navigasi harus dapat mudah dioperasikan. *Understandable* adalah informasi dan penggunaan tampilan antarmuka harus mudah dipahami oleh pengguna. Terakhir, *Robust* adalah konten harus dapat mudah diinterpretasikan oleh berbagai agen pengguna, termasuk teknologi pembantu.

Terdapat panduan yang telah disediakan oleh W3 yang dapat digunakan untuk membuat situs menjadi mudah diakses oleh seluruh pengguna. Pertama, sediakan alternatif teks untuk konten yang bukan teks. Ke-dua, sediakan alternatif untuk media berbasis waktu. Ke-tiga, konten yang dibuat harus dapat beradaptasi dan dapat dipresentasikan dalam beberapa cara. Ke-empat, konten yang dibuat harus mudah dikenali oleh pengguna.

Ke-lima, fungsionalitas harus dapat digunakan juga di dalam *keyboard*. Ke-enam, berikan waktu yang cukup untuk pengguna agar menggunakan atau membaca konten tersebut dengan baik. Ke-tujuh, jangan membuat konten yang dapat menyebabkan kejang-kejang. Ke-delapan, sediakan bantuan untuk pengguna ketika bernavigasi atau mencari konten dan memutuskan pilihan. Ke-sembilan, teks harus dibuat mudah dibaca dan dipahami.

Ke-sepuluh, situs dibuat harus dapat digunakan dengan cara yang mudah diprediksi. Ke-sebelas, bantu pengguna untuk menghindari dan memperbaiki kesalahan. Terakhir, maksimalkan peluang *compability* dengan berbagai agen pengguna, termasuk teknologi pembantu.

3.1.1.6 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian kualitatif yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa situs Galeri Nasional Indonesia memerlukan perancangan ulang karena permasalahan yang ada pada situs tersebut. Untuk merancang situs ini, penulis juga membandingkan situs GNI dengan *website* Museum MACAN dan Selasar Sunaryo agar dapat mengetahui kelebihan yang dimiliki oleh masing-masing museum atau galeri seni. Selain itu, penulis juga mencari beberapa referensi untuk mendapatkan arahan atau gambaran mengenai desain yang ingin penulis buat untuk situs Galeri Nasional Indonesia.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Penulis menyebarkan kuesioner kepada target perancangan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap *website* Galeri Nasional Indonesia. Kuesioner tersebut dibuat dengan menggunakan Google Form. Selanjutnya, kuesioner tersebut penulis bagikan melalui sosial media seperti Twitter, Instagram, dan Line. Menurut Sugiyono, kuesioner adalah teknik mengambil data dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban dari mereka (dalam Abhdul, 2021). Dalam kuesioner ini, penulis menggunakan kuesioner dengan jenis pilihan ganda, *checklist*, dan tulisan singkat.

Kuesioner ini disebarkan kepada target perancangan yang berusia 20-24 tahun dan bertempat tinggal di kota-kota besar di pulau Jawa, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, dan Tangerang. Berdasarkan data BPS dari masing-masing wilayah, jumlah gabungan dari penduduk-penduduk wilayah tersebut yang berusia 20-24 tahun adalah 1.969.785 jiwa. Dengan rincian Jakarta sebanyak 818.069 jiwa, Bandung sebanyak 252.914 jiwa, Semarang sebanyak 127.826 jiwa, Jogjakarta 276.080 jiwa, Surabaya sebanyak 292.414 jiwa, dan Tangerang sebanyak 202.482 jiwa. Selanjutnya, penulis menggunakan rumus Slovin untuk mendapatkan jumlah sampel minimal. Berdasarkan rumus tersebut dengan

menggunakan margin kesalahan sebanyak 10%, didapatkan jumlah sampel minimal yang harus dicapai adalah 100 orang.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

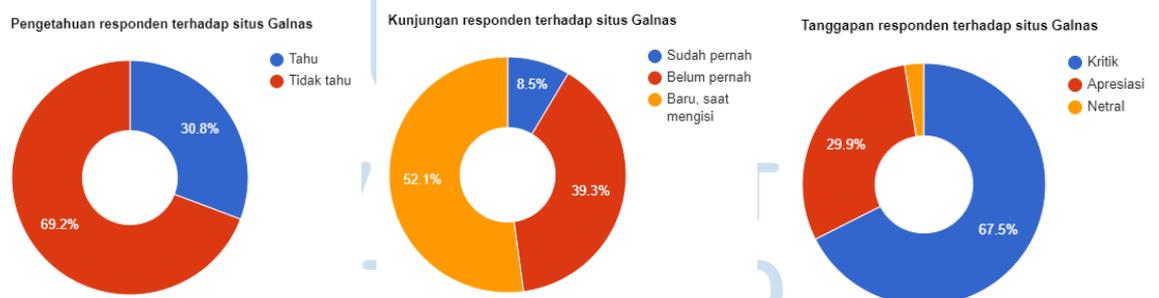
$$n = \frac{1.969.785}{1 + 1.969.785 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{1.969.785}{19.698,85}$$

$$n = 99,99 \dots$$

Gambar 3.18 Rumus Slovin

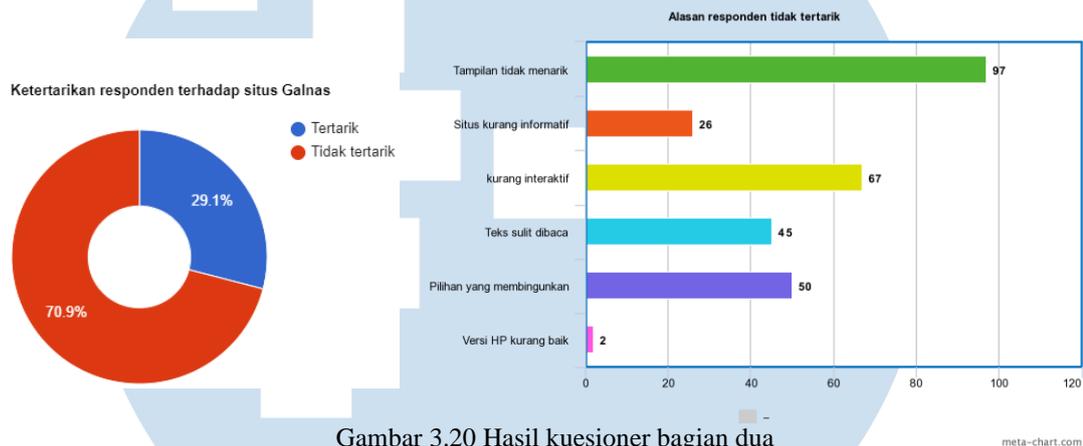
Kuesioner disebar selama tanggal 15 Februari – 19 Februari 2022. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 69,2% responden tidak mengetahui bahwa GNI memiliki *website*. Selanjutnya, terdapat 60,6% responden menjawab bahwa mereka sudah mengunjungi situs tersebut, dengan rincian 8,5% responden sudah pernah mengunjungi situs ini sebelumnya dan 52,1% responden baru mengunjungi situs tersebut ketika sedang mengisi Form. Ketika diberikan gambar yang berisi tampilan situs tersebut pada kuesioner, sebanyak 67,5% responden memberikan kritik terhadap situs tersebut. Isi dari kritik tersebut kebanyakan berisi seperti teks yang terlalu memadati tampilan, tampilannya yang tidak merepresentasikan sebuah *website* untuk galeri atau museum, dan kurang menarik.



Gambar 3.19 Hasil kuesioner bagian satu

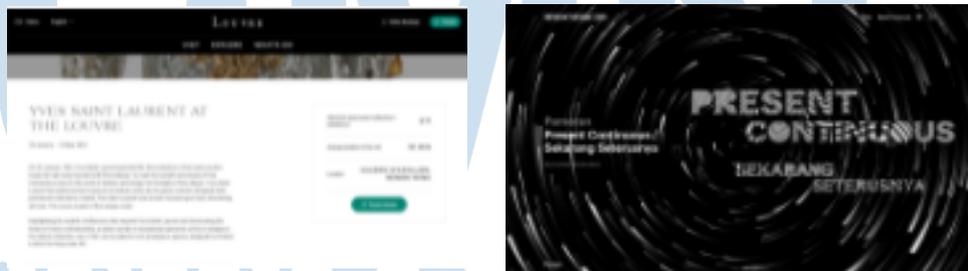
Setelah itu, terdapat sebanyak 70,9% responden menjawab bahwa mereka tidak tertarik untuk mengunjungi museum tersebut atau

mengunjungi untuk kedua kalinya. Terdapat beberapa hal yang membuat mereka tidak tertarik untuk mengunjungi situs tersebut. Pada peringkat pertama, situs tersebut memiliki penampilan yang tidak menarik. Kedua, situs tersebut kurang interaktif. Ketiga, pilihan dalam situs tersebut membuat responden kebingungan.



Gambar 3.20 Hasil kuesioner bagian dua

Keempat, teks pada situs tersebut sulit dibaca. Kelima, situs tersebut kurang informatif. Terakhir, ada beberapa responden yang menjawab bahwa tampilan *web* GNI dalam versi hp tidak baik atau kurang optimal. Selanjutnya penulis memberikan foto-foto untuk mengetahui preferensi mereka dalam menggunakan situs untuk galeri atau museum. Sebanyak 70,9% responden menyukai gambar yang berisi tampilan *website* yang menggunakan paduan *typeface* berupa *serif* dengan *sans serif*.

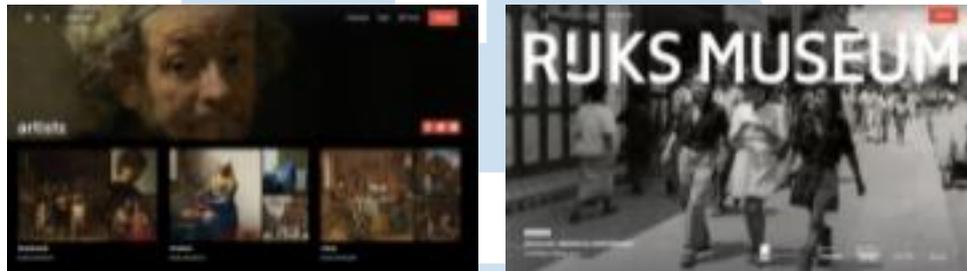


Gambar 3.21 Hasil kuesioner bagian tiga

Sumber: <https://www.museummacan.org/>, (n.d.), <https://www.louvre.fr/en> (n.d.)

Gambar tersebut penulis ambil dari situs museum Louvre. Selanjutnya, sebanyak 57,3% responden memilih gambar yang berisi tampilan *website* yang memiliki tampilan gambar dengan layar penuh. Gambar tersebut penulis ambil dari situs Museum MACAN. Selanjutnya,

pada bagian koleksi, sebanyak 79,5% responden memilih gambar B yang menjelaskan bahwa tampilan pada koleksi dikelompokkan berdasar media seninya dan gambar seni dibuat lebih besar. Gambar tersebut penulis ambil dari situs museum Rijk.



Gambar 3.22 Hasil kuesioner bagian empat
Sumber: https://www.rijksmuseum.nl/en/whats-on/exhibitions/revolusi?gclid=CjwKCAiApfeQBhAUEiwA7K_UH8w70AYIBHJ3Bdy6Y5Mt0cvc7ucWXTBEiin9NcKBJGT11Uo1NqZfqRoC_EsQAvD_BwE (n.d.)

Pada bagian tombol, sebanyak 54,7% responden memilih tombol dengan bentuk kapsul. Terakhir, terdapat 54,7% responden yang memilih fotografi apabila terdapat visual untuk menjelaskan suatu informasi. Gambar tersebut juga penulis ambil dari museum Rijk.

3.2 Metodologi Perancangan

Pada tahapan ini, penulis menggunakan metode *Human Centered Design* yang dikemukakan oleh IDEO. *Human centered design* adalah cara untuk menyelesaikan permasalahan dengan memusatkan manusia sebagai sumber solusi permasalahan tersebut (IDEO.org, 2015). Dalam melaksanakan metode tersebut, berikut adalah Langkah-langkah yang penulis lakukan dalam menggunakan metode *human centered design*:

1) *Inspiration*

Pada tahap ini penulis menggunakan metode *frame your design challenge, define your audience, peers observing peers, focus group discussion, secondary research, immersion, dan expert interview*. Pada tahap pertama, penulis melakukan *Frame your design challenge* agar bisa mengetahui permasalahan. Selanjutnya, penulis melakukan *define your audience* untuk mengetahui segmentasi target perancangan. Pada

tahap ketiga, penulis melakukan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *FGD*, *peers observing peers*, *secondary research*, *immersion*, dan *expert interview*. Selain itu, penulis juga melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif.

2) **Ideation**

Dalam tahap ini penulis merancang visual untuk situs Galeri Nasional Indonesia dan melakukan rapid prototyping. Pertama, penulis membuat *persona*, *information architecture*, *moodboard*, *mind map*, dan sketsa *wireframe*. Selanjutnya, dilanjutkan dengan membuat *low fidelity*, membuat aset visual untuk *website*, dan membuat *high fidelity*. ketiga, penulis melakukan *rapid prototyping* untuk mengubah desain yang sudah dibuat menjadi purwarupa agar dapat dicoba untuk digunakan.

3) **Implementation**

Pada tahap ini, penulis melaksanakan *getting feedback*. Pada tahap ini penulis ingin mendapatkan masukan dari pengguna agar mendapatkan *insight* mengenai purwarupa yang diuji coba. Untuk mendapatkan masukan tersebut, penulis menguji desain tersebut kepada target dengan menggunakan *usability test*, yaitu dimana penulis meminta pengguna untuk mencoba *website* tersebut dengan menyuruh pengguna untuk mencapai beberapa goal atau tujuan yang penulis minta.

