

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah cara pengumpulan data secara ilmiah yang dilakukan berdasarkan suatu tujuan (Hermawan, 2019). Dalam perancangan ulang *mobile site* Paroki Curug, penulis menggunakan metode penelitian secara *hybrid*, yaitu metode yang menggabungkan baik metode kualitatif maupun kuantitatif. Berikut penjabaran masing-masing metode yang digunakan:

3.1.1 Metode Kualitatif

Dengan menggunakan metode kualitatif, data yang didapatkan akan berupa kata-kata, gambaran kasar maupun skema (Hermawan, 2019). Langkah yang dilaksanakan penulis untuk mendapatkan data tersebut adalah dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait. Teknik-teknik tersebut dilakukan untuk mendapat pengertian lebih mendalam mengenai media informasi Paroki Curug, perspektif umat mengenai penyampaian informasi, serta kendala yang dirasakan oleh setiap pihak. Metode kualitatif dilakukan agar penulis paham terhadap fenomena yang terjadi melalui perspektif subyek penelitian (Sidiq et al., 2019).

3.1.1.1 Interview

Wawancara atau *interview* adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan sebelum dilaksanakannya perancangan yang dilakukan penulis secara tatap muka untuk menggali informasi mengenai media informasi Paroki Curug, khususnya *website*. Sebagai dasar penelitian mengenai media informasi Paroki Curug, penulis melakukan *interview* dengan Almatius Surya selaku ketua dari Komunitas Sosial (KOMSOS) Paroki Curug. *Interview* dilakukan untuk mencari latar belakang kendala yang dialami oleh tim yang

menangani seluruh media informasi Paroki Curug secara keseluruhan. Selain itu, penulis melakukan *interview* dengan perwakilan tim IT yang telah menangani *website* Paroki Curug yaitu Susanto. *Interview* tersebut dilakukan untuk membahas lebih dalam tujuan dari berdirinya *website* Paroki Curug, beserta hal-hal yang bisa dilakukan untuk mengembangkan lebih jauh efektivitas *mobile site*. Berikut dijabarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan kedua narasumber beserta dengan kesimpulannya.

1) *Interview* kepada Almatius Surya

Wawancara dengan Almatius Surya atau yang dikenal sebagai Riyan, dilaksanakan pada hari Minggu, 18 Februari 2024 pada pukul 10.30 WIB di Gereja Santa Helena. Riyan, selaku Ketua Seksi KOMSOS, menjelaskan perannya sebagai badan yang membantu gereja dalam bidang pewartaan. Karena perannya di bidang tersebut, KOMSOS sering kali terlibat dalam pelaksanaan kegiatan dan acara gereja, baik yang berada di tingkat komunitas maupun paroki. Namun sejak terjadinya pandemi COVID-19, KOMSOS membantu menangani permasalahan ibadah yang dilaksanakan secara daring serta pada akhirnya mengambil alih penuh pekerjaan tersebut.



Gambar 3. 1 *Interview* dengan Almatius Surya

Karena terbatasnya mobilitas dan pergerakan umat, sejak tahun 2020, KOMSOS mulai membangun komunitasnya secara daring, yaitu melalui media sosialnya seperti *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, dan *website*. Dengan visi ini, pihak KOMSOS mengharapkan bahwa umat dapat mengakses seluruh informasi paroki dengan mudah dan akan lebih tertarik untuk terlibat dalam gereja. Namun ditemukan kendala lain, seksi KOMSOS sendiri sedang mengalami masa peralihan dari anggotanya yang sebelumnya berumur 40 tahun ke atas, menjadi perkumpulan anak muda yang aktif dan ingin terlibat.

Peralihan inilah yang menyebabkan adanya pembiasaan sistem, serta kurangnya orang yang bergabung di dalamnya (masih sedikit). Menurut Riyan, masalah utama yang dialami oleh KOMSOS adalah rendahnya *engagement* terhadap seluruh konten dan pewartaan yang dilakukan secara *online*. Pihak KOMSOS sudah melakukan berbagai cara untuk terus menyebarkan informasi. Misalnya melakukan *share* informasi ke seluruh grup *whatsapp* wilayah dan lingkungan, mengunggah *story Instagram*, serta memasang *flyer* di papan pengumuman.

Masalah yang ditemukan untuk informasi melalui grup *whatsapp*, adalah bahwa isi dari setiap grup tidak mencakup seluruh umat, grup seringkali hanya berisi orang dewasa yang tergolong aktif dalam kegiatan wilayah/ lingkungan. Di sisi lain, anak muda, pasangan baru, serta orang lansia banyak yang terhitung belum bergabung di dalam grup tersebut. Untuk *Instagram*, banyak umat yang tidak mengetahui adanya akun komunitas, ataupun akun Paroki Curug, sehingga informasi yang disebarkan melalui *story* seringkali tidak sampai pada umat. *Flyer* fisik yang dipasang pada papan pengumuman jarang diperhatikan oleh umat

dan bentuknya yang merupakan media cetak sehingga tidak fleksibel untuk diakses kapan saja, adanya keterbatasan sumber daya manusia juga dapat menghambat pembaharuan informasi yang cepat. Kendala media informasi Paroki Curug ialah tidak menggunakan media yang dapat digunakan secara luas oleh berbagai kalangan umur.

2) **Interview kepada Susanto**

Wawancara dengan Susanto, selaku perwakilan dari tim IT Paroki Curug sekaligus penanggung jawab *website*, berlangsung pada hari Rabu, 21 Februari 2024 pada pukul 10.00 WIB di Gereja Santa Helena. Susanto menjelaskan bahwa hingga saat ini ada kendala dalam penanganan *website* karena kurangnya tenaga yang membantu di belakangnya. Hal yang paling sulit dilakukan adalah melakukan *update* informasi secara terus menerus, karena yang memegang akses *website* hanya dua orang.

Website Paroki Curug belum memiliki fitur yang dapat memasukkan para koordinator sebagai administrator, sehingga *update* ditangani langsung oleh tim IT. Selain itu, domain yang digunakan oleh *website* tidak memiliki *database* yang cukup untuk menyimpan data yang terlalu besar, sehingga akan mengalami perpindahan domain agar seluruh informasi dan data dapat tersimpan dengan aman.

Sejauh ini, tampilan *website* tidak terlalu diperhatikan, pihak IT hanya membantu memasukkan informasi terbaru pada bagian *homepage*. Bagian lainnya masih terlihat kosong dan belum diperbarui sejak tahun 2015. Untuk data yang cukup besar, tim IT banyak menggunakan tautan eksternal untuk mempermudah pengaksesan, beberapa tautan bisa diakses secara langsung dari

website, contohnya untuk pada bagian warta santa helena, bagian tersebut menggunakan eksternal *plugin*, yaitu *anyflip*. Dengan menggunakan alat tersebut, pengguna dapat membaca warta seperti membaca sebuah buku dengan efek membalik kertas. Namun sejauh ini memang belum ditemukan cara paling efektif untuk menyajikan warta yang sekarang hanya disebarakan secara digital melalui *whatsapp*, *instagram* dan *website*.

3) **Interview kepada Pastor Lukas**

Wawancara dengan Pastor Lukas, selaku ketua pastoral Paroki Curug diadakan pada Kamis, 9 Mei 2024 pada pukul 11:00 WIB di Sekretariat Gereja Santa Helena.



Gambar 3. 2 *Interview* dengan Pastor Lukas

Pastor Lukas menyampaikan bahwa seluruh media informasi yang memiliki sangkut paut dengan gereja dan pewartaan, haruslah memiliki jiwa yang netral dan damai. Tujuan dibangunnya sebuah media, ialah untuk memudahkan umatnya, bukan menciptakan sebuah perseteruan atau pertengkaran. Untuk mencapai hal ini, Pastor Lukas juga memberi catatan bahwa di

dunia yang sudah modern ini, sangat mudah bagi semua orang untuk mengakses informasi melalui internet, terutama media sosial. Luasnya akses ini dapat mendorong umat untuk membaca atau mempercayai informasi yang salah atau sesat. Maka visi dari media *website* Paroki Curug adalah mengarahkan mereka kembali kepada jalan yang benar, dengan menyediakan informasi yang kredibel dengan menyertakan seluruh sumber, namun juga harus dikemas secara menarik, sehingga menarik untuk di akses.

Menurut Pastor Lukas, penyediaan informasi melalui media digital harus ditujukan secara utama kepada anak muda dan remaja. Di mana generasi ini ialah generasi yang paling sulit untuk dirangkul atau diajak mendalami iman, karena majunya era globalisasi dan perkembangan pola pikir yang cepat. Mereka cenderung hanya ingin mengikuti kegiatan rohani yang dianggap seru atau memiliki *reward* yang baik. Sehingga perlu disediakan *platform*, di mana anak muda dapat berkreasi, dapat menjalin relasi, serta memajukan pewartaan gereja secara aktif. Maka dari itu, disarankan juga untuk seluruh media digital yaitu mengutamakan tampilan menarik, dan juga informasi yang lengkap, sehingga menarik remaja dan anak muda untuk turut berpartisipasi dalam kehidupan gereja.

3.1.1.2 Kesimpulan

Setelah melaksanakan wawancara dengan kedua narasumber, penulis menarik kesimpulan bahwa Paroki Curug memiliki kendala dalam pengaturan penyebaran informasi, serta pihak Paroki memiliki rencana untuk mengumpulkan dan melakukan sentralisasi seluruh informasi dengan satu media, dan media yang dipilih yaitu *mobile site*. Saat ini tim IT Paroki Curug sedang berencana mengembangkan *mobile site* agar dapat digunakan baik oleh umat maupun oleh

administrator. Selain pengguna, *mobile site* juga dapat digunakan oleh para ketua dan koordinator komunitas untuk memperbaharui bagiannya masing-masing agar informasi yang terkandung pada *mobile site* selalu terbaru. Selain itu, harus dipastikan media yang disusun tidak mengandung unsur yang dapat menyinggung ataupun merendahkan pihak lain. Harus dipastikan bahwa seluruh informasi yang terkandung di dalamnya kredibel, serta memiliki sumber-sumber yang jelas.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Sebagai pendukung data atas fenomena yang terjadi dalam suatu lingkungan, diperlukan data penelitian yang sifatnya dapat diukur. Menurut Hermawan (2019), data yang berbentuk angka atau dapat diangkakan tersebut disebut sebagai data kuantitatif. Metode yang dilakukan untuk mendapatkan data berikut adalah menyebarkan kuesioner, yang ditujukan kepada umat Paroki Santa Helena yang sering mengakses *mobile site*. Jumlah responden yang diambil oleh penulis berdasarkan rumus perhitungan Slovin (Hermawan, 2019), yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Derajat ketelitian

Perhitungan sampel kuesioner untuk penelitian ini menggunakan derajat ketelitian 10%, dan dari total populasi 11000 umat Paroki Curug, berikut hasil perhitungannya:

$$n = \frac{11000}{1 + (11000)(0,1)^2} = 98,969 \approx 99$$

Dari perhitungan tersebut, didapatkan jumlah responden yang diperlukan untuk penelitian penulis yaitu 99 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan penulis pada tanggal 23 Februari 2024 sampai dengan tanggal 29 Februari 2024. Selama periode tersebut, kuesioner mendapatkan 101 responden. Kuesioner disebarikan melalui grup *whatsapp* gereja, di dalamnya termasuk grup lingkungan, grup wilayah dan grup komunitas. Pada bagian pertama kuesioner, penulis menanyakan secara umum data responden sebagai umat katolik yang tinggal di Kawasan Paroki Curug. Berikut hasil jawaban dari kuesioner bagian pertama:

Tabel 3. 1 Data Responden Paroki Curug – Bagian 1

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
Apakah Anda warga Paroki Curug?	Ya	94	93,1 %
	Tidak	7	6,9 %
Umur	12 – 17 Tahun	6	5,9 %
	18 – 25 Tahun	35	34,7%
	26 – 40 Tahun	18	17,8%
	41 – 60 Tahun	36	35,6%
	>60 Tahun	6	5,9 %

Dilihat dari hasil jawaban tersebut, didapatkan bahwa persentase terbesar pengisi kuesioner diisi oleh dewasa berumur 41 – 60 tahun sebanyak 36 responden, diikuti dengan remaja akhir berumur 18 – 25 tahun sebanyak 35 responden, lalu dewasa muda berumur 26 – 40 tahun sebanyak 18 responden. Lalu dengan jumlah responden sama, sebanyak 6 orang, adalah remaja awal berumur 12 – 17 tahun dan orang lanjut usia di atas 60 tahun. Lalu 93,1% di antara mereka merupakan umat Paroki Curug sejumlah 94 responden, sementara 6,9% berjumlah 7 responden bukan merupakan umat.

Pada bagian kedua, penulis menanyakan mengenai jenis media informasi Gereja Santa Helena yang sering di akses umat, informasi apa saja

yang sering dicari dan perlu diketahui, serta frekuensi penggunaan media informasi tersebut. Berikut hasil jawaban dari para responden untuk pertanyaan bagian kedua:

Tabel 3. 2 Data Responden Paroki Curug – Bagian 2

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
Apakah Gereja Santa Helena merupakan gereja yang Anda kunjungi secara rutin untuk melaksanakan ibadah?	Ya	93	92,1 %
	Tidak	8	7,9 %
Apa saja media Paroki Curug yang sering Anda akses?	Instagram	68	67,3%
	YouTube	55	54,5%
	Website	30	29,7%
	Facebook	7	6,9%
Informasi apa yang Anda cari saat mengakses media-media Paroki Curug tersebut?	Jadwal Misa, Ibadah, Doa	79	78,2%
	Warta Santa Helena / Majalah Warna	35	34,7%
	Kontak Petugas Sekretariat / Gereja	12	11,9%
	Dokumentasi/ Rekaman Kegiatan Terdahulu	38	37,6%
	Informasi Pendaftaran Baptis, Komuni Pertama, Perkawinan	20	19,8%
	Informasi Kegiatan Kategorial (Legio Mariae, OMK, KPK, dll)	22	21,8%
	Informasi Daerah Wilayah dan Lingkungan	12	11,9%
	Lainnya	1	1%
Sumber apa yang biasa Anda gunakan untuk mendapat informasi mengenai Paroki Curug?	Grup Whatsapp Lingkungan /Wilayah	74	73,3%
	Pengumuman Setelah Misa	62	61,4%
	Media Cetak (Warta Helena,Papan Pengumuman)	25	24,8%
	Sekretariat (Whatsapp & Langsung)	22	21,8%
	Instagram	39	38,6%
	Website	17	16,8%
Apa yang menjadi pertimbangan Anda untuk memilih media tersebut sebagai sarana informasi?	Selalu mengandung informasi terbaru	62	61,4%
	Mudah diakses melalui perangkat apa saja	77	76,2%
	Informasi lengkap dan terstruktur	33	32,7%

	Tampilan yang jelas dan mudah dibaca	27	26,7%
	Visual menarik dan memiliki ciri khas	9	8,9%
Seberapa sering Anda mencari tahu informasi tentang Gereja Santa Helena?	1 – 2 kali sebulan	60	59,4%
	3 – 5 kali sebulan	26	25,7%
	>5 kali sebulan	10	9,9%
	Tidak pernah	5	5%

Berdasarkan jawaban tersebut, penulis menemukan bahwa umat gereja cenderung memilih media sosial yang sering diperbaharui dan *trendy*, maka dari itu akun gereja yang paling sering mereka akses ialah akun *Instagram* dan YouTube. Sementara *mobile site* dan *facebook* jarang diakses karena gereja tidak menjalankan media tersebut secara aktif. Terkait informasi yang dicari, umat paling sering mencari informasi mengenai jadwal pelaksanaan misa gereja, terutama misa yang tidak dilaksanakan secara rutin, diantara lain, misa paskah, misa natal, misa anak, misa intensional, doa komunitas, dan berbagai kegiatan doa bersama lainnya yang terbuka untuk umum. Selain itu, umat juga terlihat memiliki ketertarikan untuk melihat informasi terbaru gereja, yang termuat dalam Warta Helena. Setelah itu, umat memiliki minat untuk melihat galeri dokumentasi untuk seluruh kegiatan yang telah dijalankan gereja. Setelah dokumentasi, umat ada ketertarikan untuk mencari informasi mengenai pelaksanaan sakramen, serta informasi soal kategorial/komunitas katolik yang berada di Gereja Santa Helena.

Untuk informasi-informasi tersebut, umat mengakui mendapatkan informasi terbanyak melalui Grup *Whatsapp* sebanyak 74 responden, kemudian pengumuman setelah misa sebanyak 62 responden, media sosial *Instagram* sebanyak 39 responden, media cetak sebanyak 25 responden, informasi dari sekretariat sebanyak 22 responden, dan yang paling sedikit yaitu *website* sebanyak 17 responden. Alasan media sosial *whatsapp* dan *Instagram* memiliki jumlah pemilih yang banyak adalah menurut para responden, pertimbangan mereka memilih media informasi adalah media yang mudah diakses melalui perangkat apa saja, serta sering mengalami

update informasi. Sebagai tambahan, mereka mengharapkan agar informasinya mudah terbaca, lengkap dan terstruktur. Frekuensi umat dalam mencari informasi beragam, sebanyak 60 responden mengisi bahwa mereka mencari informasi 1 – 2 kali sebulan, lalu 26 responden menjawab 3 – 5 kali sebulan, 10 responden menjawab lebih dari 5 kali dan 5 responden menjawab tidak pernah.

Pada bagian ketiga, penulis mengajukan pertanyaan untuk mengetahui *user experience (UX)* yang dialami umat saat menggunakan *mobile site* Paroki Curug yang sudah ada untuk mengetahui kendala yang dialami, serta akan menjadi referensi tambahan untuk perancangan ulang *mobile site*. Berikut adalah hasil dari pertanyaan kuesioner bagian 3:

Tabel 3. 3 Data Responden Paroki Curug – Bagian 3

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase	
Apa perangkat elektronik yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi?	Handphone	97	96%	
	Tablet/Ipad	0	0%	
	Laptop/Komputer	4	4%	
Apakah sebelumnya Anda mengetahui bahwa Paroki Curug memiliki Website?	Ya	61	60,4%	
	Tidak	40	39,6%	
Jika iya, darimana Anda mengetahui keberadaan website Paroki Curug?	Teman / Keluarga	39	38,9%	
	Umat Lainnya	15	14,5%	
	Papan Pengumuman	6	5,1%	
	Pengumuman Gereja Setelah Misa	17	16,4%	
	Belum Mengetahui	24	23,7%	
Skala Likert				
Menurut Anda, seberapa mudah pencarian informasi melalui website Paroki Curug?	1 Sangat Sulit	2	3	4 Sangat Mudah
	2 (2%)	13 (12,9%)	50 (49,5%)	36 (35,6%)
Menurut Anda, seberapa lengkap informasi yang dikemas dalam website Paroki Curug?	1 Sangat Tidak Lengkap	2	3	4 Sangat Lengkap
	3	17	54	27
	1	2	3	4

Menurut Anda, seberapa penting keberadaan website Paroki Curug sebagai sarana informasi?	Sangat Tidak Penting			Sangat Penting
	2	2	36	61
Seberapa sering Anda mengakses website Paroki Curug?	1 Tidak Pernah	2	3	4 Sangat Sering
	54	28	16	3

Menurut 97 responden, perangkat elektronik yang sering mereka gunakan adalah *handphone*. Mengenai keberadaan media *website*, sebanyak 61 responden menjawab bahwa mereka mengetahui keberadaan *website*, sementara 40 responden menjawab belum mengetahui adanya *website*. Hasil analisis penggunaan *website* Paroki Curug adalah 50 responden merasa pencarian informasi di *website* mudah, informasi sudah cukup lengkap, keberadaan media ini sangat penting, namun mereka belum pernah mengakses *website* secara aktif. Sementara 50% lainnya, tidak merasa *website* memiliki informasi yang lengkap, karena hanya mengandung informasi umum seperti jadwal misa dan kepengurusan gereja.

3.1.3 Studi Eksisting

Metode studi eksisting adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan data yang telah ada sebelumnya untuk dipelajari. Studi eksisting dilakukan terhadap *website* gereja katolik lainnya di Indonesia, yang telah memiliki eksistensi yang baik serta memiliki tampilan *website* yang lebih nyaman digunakan, berikut penjabarannya:

1) *Mobile Site* Paroki Meruya Karmel

Paroki Meruya Karmel tergolong merupakan gereja lama yang sudah diresmikan oleh Keuskupan Agung Jakarta (KAJ) sejak tahun 1995. Namun pada tahun 2019 ini melakukan renovasi besar-besaran, mulai dari bangunannya, identitas, serta seluruh media informasinya. Sejak saat itu, Paroki Meruya aktif dalam mengelola *platform* digitalnya, salah satunya *websitenya*.



Gambar 3. 3 *Mobile Site* Paroki Meruya Karmel
 Sumber: <https://mkk.or.id/index.php> (2024)

Paroki Meruya menggunakan warna-warna netral dalam *mobile site*, yaitu warna coklat tua, krem, serta abu-abu untuk menggelapkan foto-foto yang digunakan pada halaman. Untuk jenis huruf, seluruh halaman menggunakan satu jenis huruf sans serif yang hanya menggunakan perbedaan ukuran dan ketebalan untuk menandakan perbedaan hierarki. Seluruh judul menggunakan *align center*, namun *bodytext* menggunakan *align left*. Seluruh penggunaan fotografi digunakan *overlay* warna hitam/abu-abu tua untuk memberi *preview* terhadap bentuk fisik gereja.

Pada setiap halaman, terdapat tampilan satu foto beserta dengan judul menu yang sedang dipilih. Untuk menandakan tombol, *website* ini menggunakan persegi berwarna coklat dan tulisan krem, khususnya untuk tombol yang diletakkan di atas foto. Selain teks dan foto, ikon yang digunakan mengikuti kesan simpel dan elegan yang ingin dibawakan gereja. Seluruh penyusunan ikon menggunakan *stroke* dengan ketebalan sama dan tipis. Ikon menggunakan tipe *lineart*, di mana garis membentuk *outline* dari bentuk yang ingin direpresentasikan. Selain itu, ikon juga memiliki animasi kecil saat pengguna melakukan penggeseran

halaman. Pada saat pengguna sampai pada bagian halaman tertentu, akan terjadi animasi ikon terbentuk dari garis-garis tipis.

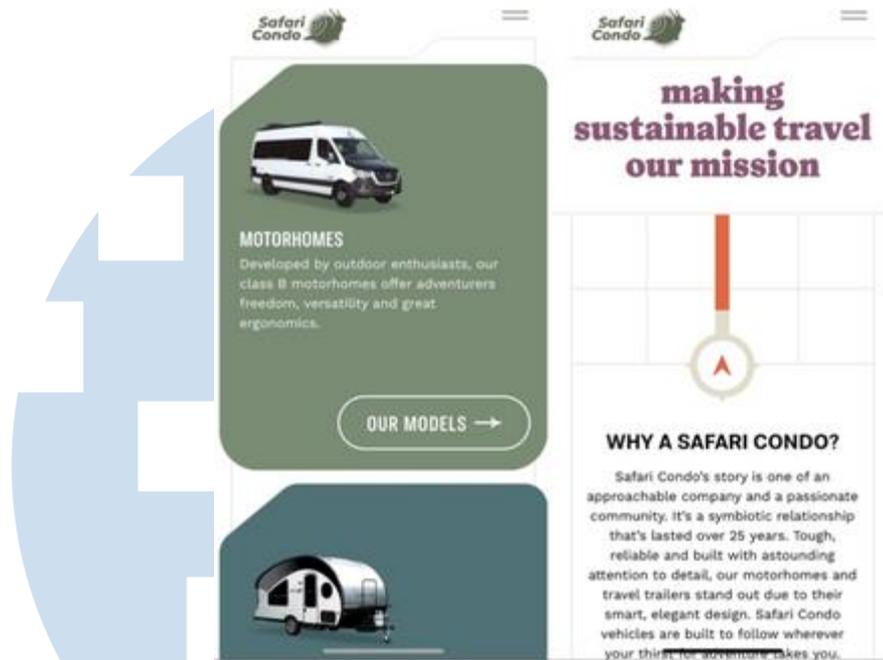
Bagian navigasi dari masing-masing halaman mempermudah pengguna karena adanya fitur *dropdown*, yaitu satu bagian informasi yang dapat terbuka dan tertutup saat tidak ingin dibaca. Fitur ini menyediakan opsi tampilan yang bervariasi, selain itu, memberikan opsi lebih simpel saat semua informasi tertutup sehingga halaman tidak terlalu penuh. Selain itu, *mobile site* ini juga menyediakan informasi tentang kegiatan terbaru di halaman *landing page* yang dapat diakses pengguna, mereka juga menyediakan tombol “pelajari lebih lanjut” yang jika ditekan akan mengalihkan pengguna untuk membuka sebuah *overlay* yang berisi rincian program dengan lebih detail.

3.1.4 Studi Referensi

Metode studi referensi merupakan teknik pengumpulan data dengan menganalisis media lain yang ada, untuk dijadikan sebagai referensi dan acuan keputusan desain yang dibuat. Sebagai referensi visual, penulis melakukan studi referensi kepada tiga *mobile site* berbeda, dengan hasil analisis sebagai berikut:

1) *Mobile Site Safari Condo*

Safari Condo adalah sebuah *site marketplace* yang menawarkan kendaraan yang *sustainable*. Selain menyediakan produk, mereka juga menyediakan informasi mengenai pentingnya menggunakan kendaraan ramah lingkungan. Dari *site safari condo*, penulis menemukan bahwa penggunaan *shape* dan warna sangat menarik dan cocok untuk *brand*. Interaktivitas yang dihasilkan selama pengguna melakukan *scroll*, serta *layout* yang rapih membuat *UX* sangat nyaman.



Gambar 3. 4 *Mobile Site Safari Condo*
Sumber: Safaricondo.com

Dari segi warna, skemanya menggunakan warna yang natural dan lebih *muted*. Teknik ini menghasilkan kesan yang keseluruhan lebih natural karena korelasinya dengan tanah/ bumi. Namun ada warna tambahan yaitu jingga yang cerah untuk menjadi aksen. Akses yang digunakan dalam *site* ini mendorong pengguna untuk melakukan navigasi, karena setiap gerakan *scroll* menggerakkan akses tersebut. Pergerakan akses tersebut meningkatkan *interest* pengguna sehingga mereka dapat mengakses *site* dalam jangka waktu yang lebih lama.

2) *Mobile Site POV Budapest*

Site POV Budapest merupakan sebuah *site* konferensi yang diadakan di Budapest untuk berbagai macam jenis seni. Mulai dari desain grafis, film, arsitektur hingga seni. *Mobile Site* ini menggunakan warna yang sangat terbatas dan lebih memainkan *layout* dan *shape*.

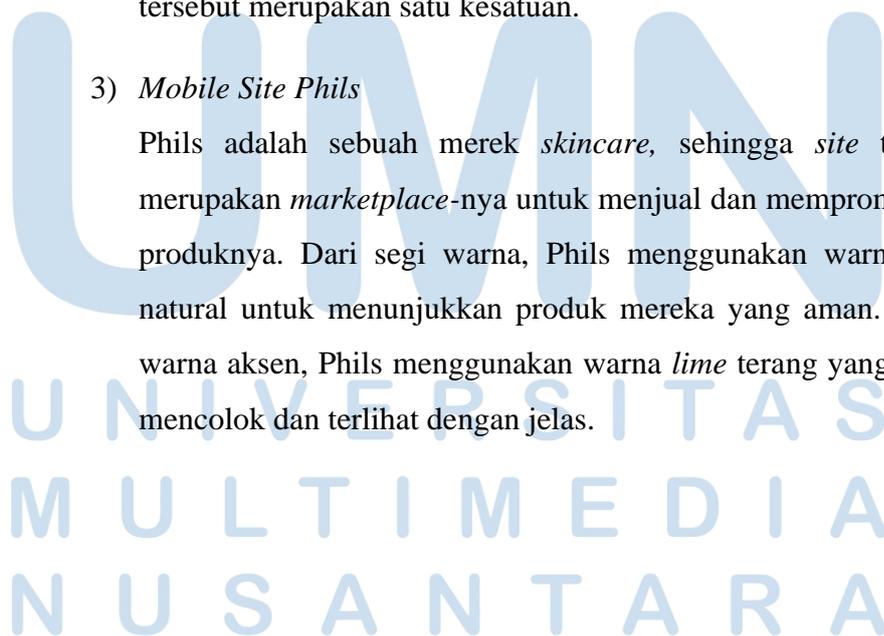


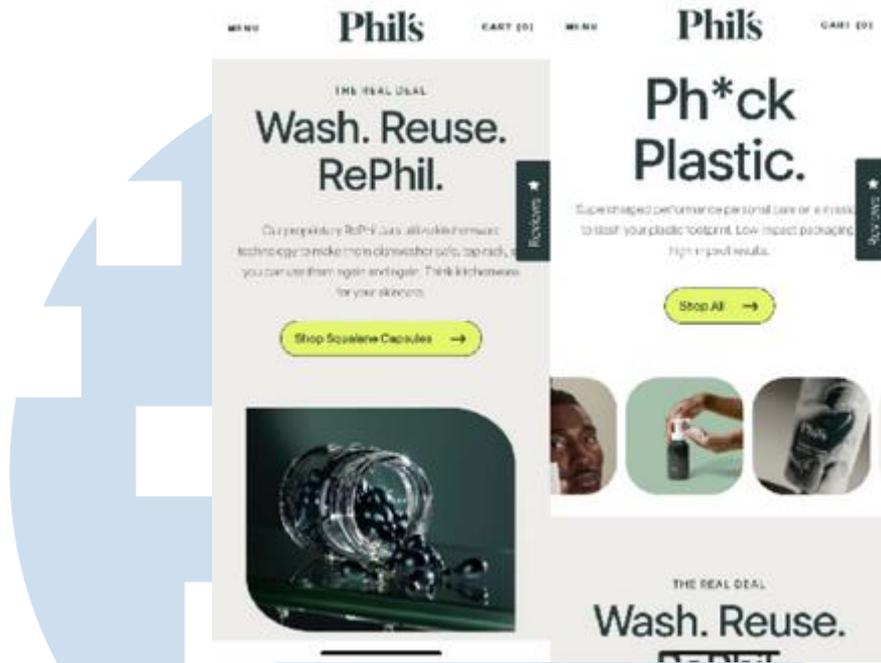
Gambar 3. 5 Mobile Site POV Budapest
 Sumber: povbudapest.com

Menurut gambar di atas, *site* ini memaksimalkan penggunaan bentuk yang serupa, yaitu geometris dengan *rounded corner*. Meskipun menggunakan bentuk-bentuk yang berbeda-beda, warna yang terbatas memberikan ilusi bahwa semua bentuk tersebut merupakan satu kesatuan.

3) *Mobile Site Phils*

Phils adalah sebuah merek *skincare*, sehingga *site* tersebut merupakan *marketplace*-nya untuk menjual dan mempromosikan produknya. Dari segi warna, Phils menggunakan warna yang natural untuk menunjukkan produk mereka yang aman. Sebagai warna aksen, Phils menggunakan warna *lime* terang yang sangat mencolok dan terlihat dengan jelas.





Gambar 3. 6 Mobile Site Phils
Sumber: getphils.com

Untuk membedakan hirarki teks, *site* ini sangat kontras dalam memilih ukuran antar judul serta *bodytext*. Perbedaan ukuran yang sangat kontras ini sangat membantu pengguna dalam mengidentifikasi elemen dengan cepat.

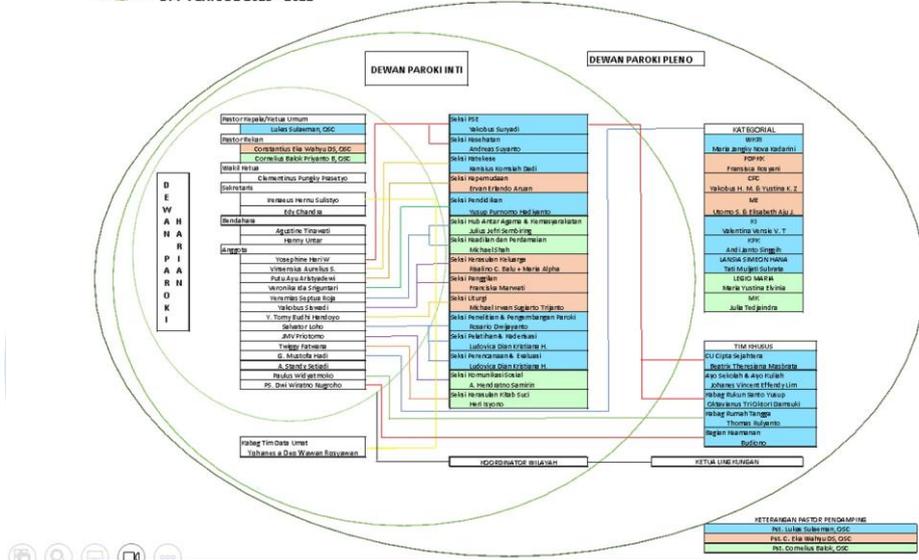
3.1.5 Observasi

Paroki Curug, dengan nama gereja, Gereja Santa Helena, memiliki struktur organigram yang mengatur seluruh kegiatan gereja. Mulai dari intinya yaitu dewan paroki, organigram gereja menurun hingga struktur kelompok paling kecil gereja, yaitu lingkungan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



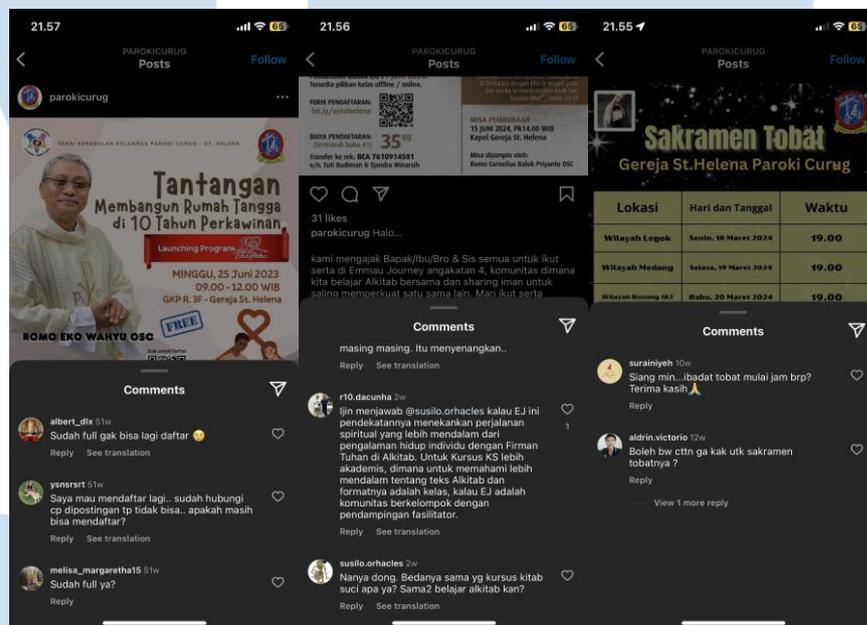
ORGANIGRAM PAROKI CURUG GEREJA ST. HELENA, TANGERANG
 DPH PERIODE 2021 - 2024
 DPI PERIODE 2019 - 2022
 DPP PERIODE 2019 - 2022



Gambar 3. 7 Struktur Bagan Organigram Paroki Curug
 Sumber: Sekretariat Paroki Curug (2024)

Tepat di bawah dewan paroki, terdapat bidang Kategorial, yaitu komunitas-komunitas yang terbentuk oleh umat itu sendiri untuk menjalankan berbagai program kerja dan kegiatan rohani. Terdapat delapan komunitas kategorial yaitu Legio Mariae, *Couples For Christ* (CFC), Komunitas Karyawan Muda Katolik (KKMK), Orang Muda Katolik (OMK), Persekutuan Doa Pembaharuan Karismatik Katolik (PDPKK), *Marriage Encounter* (ME), Komunitas Pria Katolik (KPK) dan *Santa Helena Choir* (SHC). Setiap komunitas memiliki target audiens umat yang berbeda, contohnya untuk *Marriage Encounter* (ME), kegiatannya berfokus untuk pasangan yang ingin menikah atau sudah menikah, sedangkan Orang Muda Katolik (OMK) ditujukan untuk dewasa muda dan remaja. Masing-masing kategorial tersebut memiliki media informasi secara individual untuk seluruh keperluannya, namun setelah ditelusuri, setiap kategorial jarang/tidak pernah memberikan informasi umum mengenai diri sendiri, serta tidak terlihat adanya keterhubungan dengan Paroki Curug.

Hal ini menyebabkan adanya eksistensi seluruh badan secara mandiri, yang menyebabkan sulitnya mencari informasi karena seluruhnya tersebar dan tidak terlacak medianya. Fenomena ini menyulitkan umat saat ingin mencari informasi lebih lengkap, sejauh ini, umat akan menanyakan informasi detail kepada ketua lingkungan, admin media sosial ataupun sekretariat. Namun karena terbatasnya jumlah petugas dibandingkan umat yang ingin bertanya, pertanyaan soal informasi sering kali terlewat dan tidak terjawab. Berikut adalah beberapa contoh dari komen yang tidak terjawab oleh admin *instagram* Paroki Curug:



Gambar 3. 8 Screenshot Komentar *Instagram* Paroki Curug

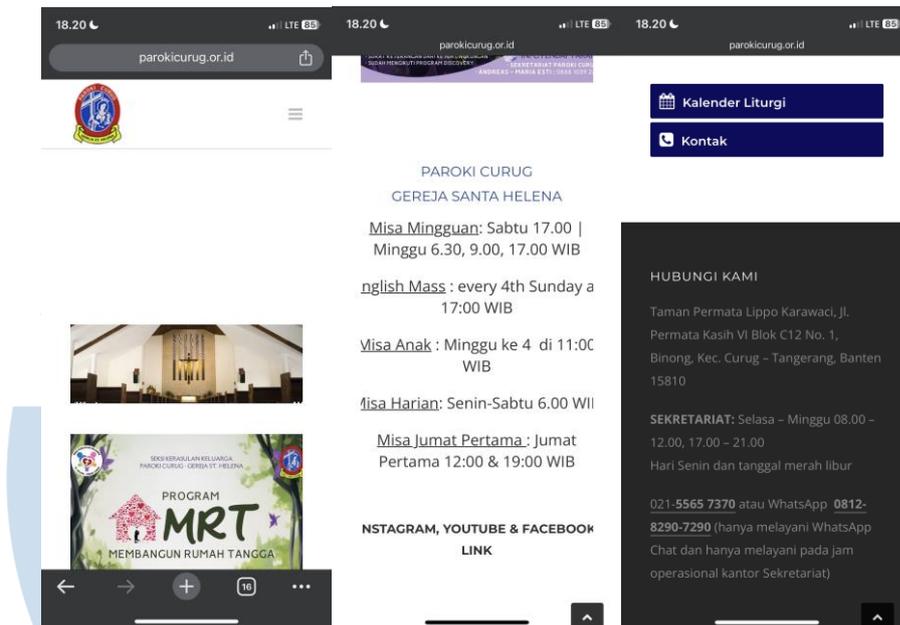
Sering kali pertanyaan yang diajukan oleh umat langsung pada kolom komentar pengumuman tersebut, menurut observasi yang telah dilakukan penulis terhadap *post* akun Paroki Curug pada bulan Januari – Februari 2024, 90% pertanyaan yang diajukan oleh umat tidak terjawab oleh admin. Walaupun pengumuman telah menyertakan informasi kontak, *post instagram* tidak dapat menyertakan tautan yang dapat diklik secara langsung.

Selain itu, penulis menganalisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* yang dimiliki oleh *mobile site* Paroki Curug per bulan Januari 2024, sebagai berikut

Tabel 3. 4 Tabel SWOT Studi Eksisting *Website* Paroki Curug

<i>Strength</i> atau Kelebihan	<i>Weakness</i> atau Kekurangan
Memiliki dasar <i>sitemap</i> yang tepat untuk pendirian <i>website</i> yang lengkap dan informatif.	Navigasi yang sulit sehingga umat tidak menyelami informasi yang tidak ditampilkan pada <i>home page</i> . Banyaknya informasi yang tidak diperbaharui sehingga banyak bagian <i>website</i> yang tidak relevan.
<i>Opportunity</i> atau Peluang	<i>Threat</i> atau Ancaman
Dapat melibatkan komunitas dan merangkul lebih banyak umat untuk ikut terlibat dalam menghidupkan kembali kehidupan berorganisasi gereja.	Keberadaan media sosial individual komunitas serta lingkungan Paroki Curug sebagai badan sendiri, menyebabkan terpecahnya informasi yang tersebar karena masing-masing memiliki eksistensinya sendiri. Selain itu memiliki

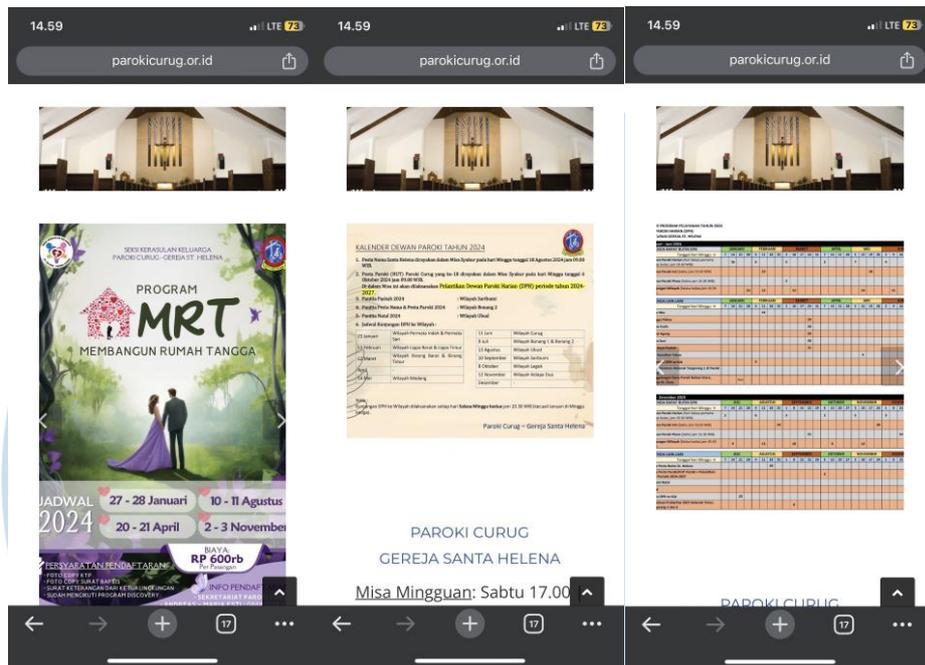
Secara kesimpulan, *mobile site* yang dimiliki oleh Paroki Curug sudah memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, dikarenakan dasar kerangka informasi (*sitemap*) yang lengkap. Jika dikembangkan lebih lanjut pada tampilannya, serta ditingkatkan dari segi interaktivitas, media informasi *mobile site* dapat menjadi pusat informasi Paroki Curug, sebagai *platform* yang dapat diakses oleh berbagai kalangan untuk mencari informasi mendalam terkait sejarah, identitas, serta berita tentang paroki dan gereja.



Gambar 3. 9 Screenshot Tampilan *Mobile Site* Paroki Curug – Januari 2024

Mobile site Paroki Curug sudah lama tidak mengalami pembaruan, baik dari segi desain, maupun informasi yang terkandung di dalamnya. Sejauh ini, tampilan pada *mobile site* belum diatur untuk menyesuaikan ukuran layar, karena sebelumnya hanya digunakan secara utama di layar komputer. Menurut *screenshot* yang telah diambil pada bulan Januari 2024 tersebut, terlihat beberapa informasi pada tampilan *mobile site* terpotong (harus melakukan sedikit *scroll* secara horizontal). Ataupun tidak terletak pada tempat yang seharusnya, misalnya foto interior gereja yang seharusnya menempel dengan bagian bawah *header* namun pengaturan tidak sesuai sehingga foto memiliki *white space* yang sangat besar secara tidak disengaja. Sejak akhir tahun 2023, tepatnya pada bulan Desember, *mobile site* mengalami pembaruan informasi pada bagian *homepage*, yaitu penambahan konten *carousel* yang berisi informasi terbaru.

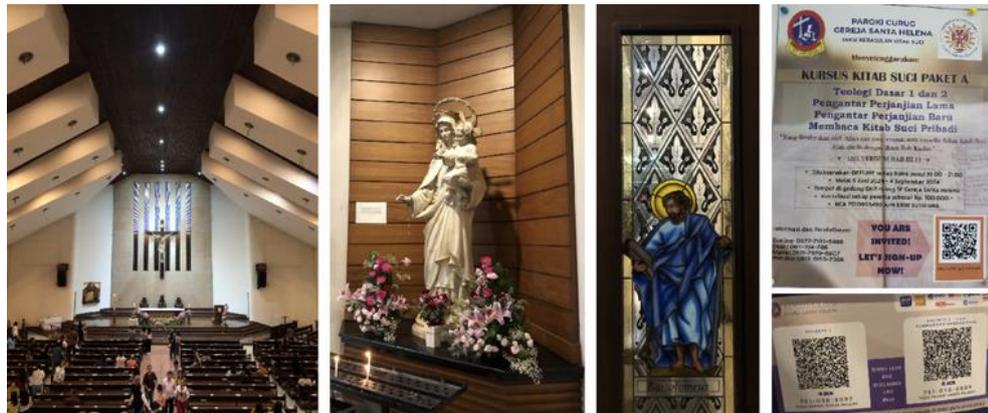
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 10 Screenshot Tampilan Homepage Mobile Site Paroki Curug

Tampilan tersebut menunjukkan berbagai informasi berbeda, namun dianggap penting untuk umat ketahui. Informasi yang ada di contoh atas terkait jadwal tugas setiap lingkungan untuk misa, sampai program MRT (Membangun Rumah Tangga). Pada bagian *carousel*, informasi dimasukkan dalam bentuk foto dan setiap poster memiliki ukuran yang berbeda, hal ini menyebabkan adanya perbedaan *layout* dan ukuran *section* setiap kali pengguna menggeser *carousel*. Selain itu, pada bagian ini tidak hanya ditampilkan poster, namun ditampilkan juga data berbentuk tabel (jadwal dan pembagian tugas bagi lingkungan dan wilayah), tampilan tulisan tabel tersebut tidak dapat dibaca dengan baik karena ukurannya yang sangat kecil dan rapat. Bagian ini juga tidak memiliki fitur untuk mengunduh foto sehingga menyulitkan pengguna saat ingin membaca isi teks dengan nyaman.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 11 Observasi Lapangan Gereja Santa Helena

Selain melakukan observasi terhadap media informasi paroki, penulis juga melakukan observasi lapangan untuk bentuk arsitektur gereja. Hasil observasi ini kemudian akan digunakan sebagai referensi visual untuk aset dan *mood* yang dibangun dari tampilan desain *mobile site* itu sendiri. Dari hasil observasi, penulis menemukan bahwa di Gereja Santa Helena banyak digunakan bentuk trapesium. Dimulai dari bentuk yang tercipta saat melihat ke arah altar, bentuk tercipta dari atap gereja yang mengerucut pada bagian atasnya, dikombinasikan dengan plafon rata sepanjang lorong utamanya, membentuk sebuah bentuk trapesium yang megah. Selain itu, patung Bunda Maria pada sudut gereja juga disusun menyerupai altar, dengan sisi yang terbuka ke bagian samping kanan dan kiri yang seakan-akan melambangkan keterbukaan gereja untuk mengajak para umatnya berdoa.

3.2 Metodologi Perancangan

Proses yang digunakan penulis untuk merancang ulang *mobile site* Paroki Curug adalah metode *Design Thinking*, sebuah pendekatan desain yang fokus utamanya terdapat pada orang. Dalam penyusunan sebuah *mobile site*, pendekatan *Design Thinking* berfokus terhadap pencarian solusi bagi para *user*. Metode *Design Thinking* yang dicantumkan dalam buku "*Design Thinking: The Handbook*" oleh Walter Brenner dan Falk Uebernickel. Metode *Design Thinking* melalui lima tahapan sebagai berikut:

1) *Define the Problem*

Pada tahap pertama, penulis harus menyatakan sebuah tantangan dalam bentuk sebuah pertanyaan, yang sekiranya dapat menyelesaikan permasalahan utama yang dialami (Brenner & Uebernickel, 2020). Tujuan pelaksanaan tahap ini adalah memperjelas fokus penelitian serta memudahkan penulis dalam mencari ruang untuk mengembangkan ide. Melalui tahap ini, penulis merancang rumusan masalah untuk perancangan ini, yang merupakan “Bagaimana cara meningkatkan kualitas *mobile site* Paroki Curug?”

2) *Needfinding & Synthesis*

Pada tahap kedua, penulis didorong untuk meneliti dan mencari kebutuhan yang diperlukan oleh target audiens. Pada tahap ini dilakukan penelitian terhadap topik, serta pengumpulan data seperti wawancara dan kuesioner. Kesimpulan yang ditarik dari hasil data yang telah didapatkan akan menjadi tujuan dasar hasil yang ingin dicapai.

3) *Ideate*

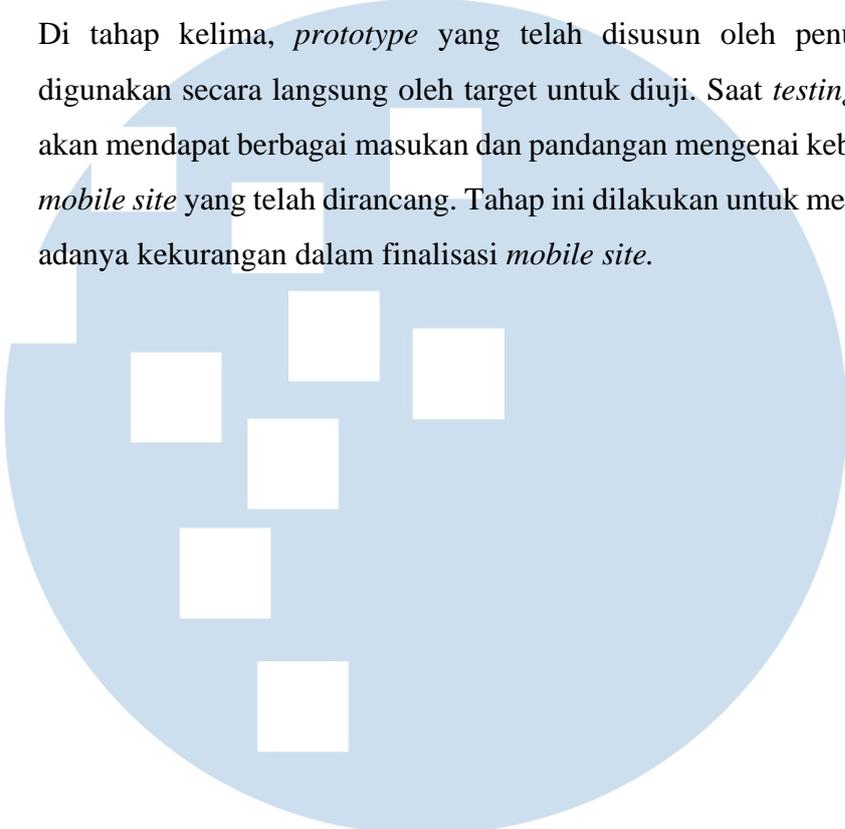
Di tahap ketiga atau yang disebut sebagai *ideate*, penulis mulai melakukan *brainstorming* untuk menemukan solusi paling tepat untuk memenuhi kebutuhan target. Proses *brainstorming* harus berdasarkan data yang sudah ditemukan pada tahap pertama dan kedua. Pada tahap ini juga, penulis akan melakukan tahap awal perancangan desain, yaitu penyusunan *mindmap*, *moodboard*, dan *big idea*.

4) *Prototype*

Setelah menentukan konsep yang sesuai, pada tahap *prototype*, konsep akan diterapkan dalam bentuk desain yang akan digunakan oleh target. *Prototype* akan dimulai dari penyusunan *wireframe*, *sitemap*, lalu dilanjutkan dengan *low fidelity* dan *high fidelity* yang kemudian akan menjadi dasar dari hasil akhir *mobile site*.

5) *Testing*

Di tahap kelima, *prototype* yang telah disusun oleh penulis akan digunakan secara langsung oleh target untuk diuji. Saat *testing*, penulis akan mendapat berbagai masukan dan pandangan mengenai keberhasilan *mobile site* yang telah dirancang. Tahap ini dilakukan untuk menghindari adanya kekurangan dalam finalisasi *mobile site*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA