

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan ulang media informasi gereja GKNI PNIEL Pontianak ini, penulis mengumpulkan data dengan menerapkan metode campuran, yang mencakup metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan *interview* dengan pakar, *focus group discussion* (FGD), studi eksisting, dan studi referensi. Sedangkan, metode kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan *Google Forms*. Penerapan metode campuran dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

3.1.1 Metode Kualitatif

Penulis menerapkan pengumpulan data kualitatif dengan metode *action research*. Menurut Sugiyono (2015), metode *action research* digunakan untuk menguji dan menciptakan langkah baru yang diimplementasikan pada proses perancangan agar lebih efisien, cepat, dan berkualitas untuk memperoleh gambaran yang tepat pada situasi yang dihadapi. Penulis memilih metode ini agar desain yang dirancang bersifat relevan, efektif, dan bertujuan untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari dalam sebuah karya. Teknik yang dilakukan adalah *interview* dengan narasumber dari gereja GKNI PNIEL yaitu pendeta dan narasumber ahli UI/UX *website*. Selain itu, penulis juga melakukan FGD dengan 5 jemaat pemuda di GKNI PNIEL, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1.1 Interview

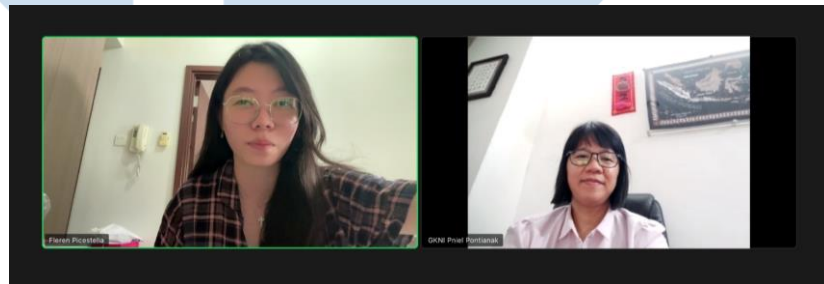
Interview pertama dilakukan dengan pendeta gereja GKNI PNIEL yaitu Liliana Lestari untuk mendapatkan informasi dan data mengenai GKNI PNIEL, serta mendapatkan *insight* mengenai bagaimana penyampaian media informasi untuk GKNI PNIEL.

Interview dilakukan pada Senin, 19 Februari 2024 pukul 13.00 melalui *Zoom Meeting*.

Interview kedua dilakukan dengan ahli UI/UX *website* yaitu Christy Monica untuk mendapatkan *insight* bagaimana perancangan UI/UX yang baik untuk GKNi PNIEL. *Interview* dilakukan pada Senin, 26 Februari 2024 pukul 15.45 melalui *Google Meet*.

1) **Interview kepada Pendeta GKNi PNIEL**

Liliana Lestari adalah seorang pendeta GKNi PNIEL yang ke-8 dan telah memegang jabatan sejak tahun 2016. Beliau mengungkapkan bahwa GKNi PNIEL memiliki visi dan misi yang begitu besar yaitu menjadikan jemaat memahami dan menemukan panggilan Tuhan dalam hidup setiap pribadi. GKNi PNIEL memfasilitasi dengan sangat terbuka bagi jemaat untuk terlibat, belajar, dan melayani dari anak hingga lansia.



Gambar 3.1 *Interview* dengan Pendeta Liliana Lestari

Melalui video *50th Anniversary* GKNi PNIEL pada tahun 2023 lalu, GKNi PNIEL memiliki banyak penjangkauan mulai dari pendidikan (Sekolah *Playgroup* – SD di bawah naungan yayasan gereja), sosial, pengabdian masyarakat, mengenal kasih Kristus, bekerja sama dengan badan luar, dan menggerakkan kekuatan kekristenan bersama dengan gereja lain untuk mewujudkan visi dan misi tersebut.

GKNi PNIEL terhubung dengan Persekutuan Gereja-Gereja Indonesia Daerah (PGID) kota Pontianak dan Persekutuan Gereja-Tionghoa Indonesia (PGTI) Kalimantan Barat. Serta, bekerja sama dengan jaringan luar negeri yaitu dengan badan misi

KPACT yang menghubungkan gereja-gereja di Amerika, Kanada, Norwegia, dan Hongkong. Dalam hubungan kerjasamanya dengan gereja lain, GKNI PNIEL fokus menyediakan wadah bagi jemaat pemuda agar memiliki kesempatan untuk pengembangan diri seperti *workshop* dan seminar dengan topik-topik yang tentunya berkaitan. Namun, di masa sekarang ini, anak muda cenderung tidak tertarik karena dunianya telah diisi dengan internet, sehingga melakukan kegiatan di gereja bukan menjadi opsi yang penting bagi mereka. Liliana mengungkapkan bahwa anak muda memiliki peran yang sangat penting untuk perkembangan gereja. Jika tidak ada anak muda, gereja akan menua dan tidak ada penerus. Pelayanan kaum muda sangat penting karena yang meneruskan tongkat kepemimpinan adalah kaum muda melalui bidang apapun. GKNI PNIEL melibatkan anak muda untuk menjadi bagian dari gereja karena mereka memiliki sifat yang semangat, energik, dan kreativitas yang tinggi.

Seringkali GKNI PNIEL memberikan kesempatan untuk pengembangan diri, *workshop*, seminar, dan pelayanan ke daerah. Namun, anak muda cenderung tidak tertarik dengan segala sesuatu yang bersifat rohani. Gereja sangat mendukung peluang dan kesempatan untuk anak muda agar semua hal yang positif dapat diserap sebagai senjata untuk pengembangan diri. Generasi muda Kristen di Pontianak saat ini hidup dalam lingkungan yang sangat berbeda dari generasi sebelumnya, dengan banyaknya pengaruh dan tuntutan kehidupan modern seperti teknologi dan media sosial, dapat mengurangi minat mereka untuk mengikuti kegiatan kerohanian dan malas untuk ke gereja.

Kegiatan di GKNI PNIEL terdiri dari ibadah umum, ibadah sekolah minggu, persekutuan doa, persekutuan tunas remaja,

persekutuan wanita, persekutuan usia indah, dan kunjungan pelayanan ke gereja-gereja daerah. Kegiatan tersebut diinformasikan melalui *Facebook*, *Instagram*, dan *group Whatsapp*. Untuk *event*, diinformasikan secara lisan dan pendekatan pribadi.

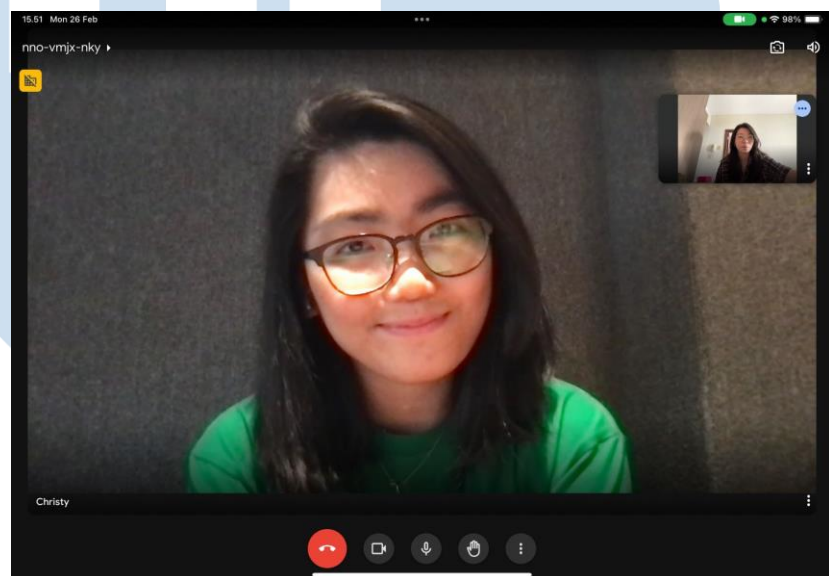
Selain itu, GKNI PNIEL juga memiliki sebuah *website*, namun, *website* tersebut tidak berkembang selama lebih dari 5 tahun. Hal ini menyebabkan penyebaran informasi mengenai kegiatan-kegiatan di mereka juga menjadi terlantar. *Concern* untuk anak muda yang mau menghidupkan kembali penjangkauan melalui multimedia karena hal ini adalah dunia kita sekarang.

Ibu Liliana mengemukakan bahwa dengan tidak adanya *website* GKNI PNIEL, menyebabkan tidak tersampainya informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan gereja kepada masyarakat di luar terutama luar negeri karena GKNI PNIEL memiliki jaringan kerja sama dengan mereka. Banyak orang di luar GKNI PNIEL yang juga ingin tahu lebih jauh tentang mereka, namun beliau tidak dapat memfasilitasi hal tersebut.

2) **Interview kepada Ahli UI/UX Website**

Christy Monica (25 tahun) adalah seorang *web designer* di Antikode yaitu sebuah UI/UX *Agency* di Bintaro. Menurut Christy, dalam perancangan UI/UX *website* secara *general*, *method* milik ahli siapa saja dapat digunakan, contohnya adalah milik Alina Wheeler yang terdiri dari *research*, *strategy*, *design identity*, *create touchpoints*, dan *manage assets*. Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan *research*/ pengumpulan data mengenai *website* yang akan dirancang, seperti kekurangan *website* dan terdiri dari *page* apa saja. Kemudian, menentukan *strategy* yang akan diterapkan pada *website*. Masuk pada tahap perancangan dengan menentukan *moodboard* agar mengetahui arah desain, *sketch*, *wireframe*, dan *prototyping*.

Moodboard menjadi acuan yang penting untuk menentukan desain seperti apa yang akan dirancang. Ketika merancang sebuah *website*, Christy menggunakan sebuah *design system* yang terdiri dari *button*, *image*, dan elemen visual lainnya agar desain UI/UX menjadi terstruktur. Beliau merekomendasikan panduan/ kamus dalam menentukan komponen seperti *size* elemen yang ideal, *typography*, dan lainnya yang akan diletakkan pada *website* yaitu material.io.



Gambar 3.2 Interview dengan Christy Monica

Untuk membangun *empathy mapping* dan *user persona* yang efektif, penting untuk mengumpulkan *sample* melalui *user* apa saja kendala dan kebutuhan yang mereka perlukan. Selain itu, dalam merancang *user journey*, penting untuk fokus mengetahui tujuan dari *website* yang akan dirancang agar memiliki arah yang tepat.

Christy memberikan saran untuk merancang *website* gereja dengan memperhatikan target usia yang akan dituju karena gereja memiliki jangkauan yang luas. Seperti untuk orang tua, ukuran penulisan dan seberapa interaktifnya elemen perlu untuk dipertimbangkan kembali agar *user* dapat mengakses dengan cepat dan nyaman. Jika target untuk pemuda, dapat difokuskan ke

mobile website karena di era saat ini anak muda lebih banyak mengakses aplikasi seperti TikTok atau Instagram. Dari sisi desain, penting untuk meng-*highlight* kegiatan di GKNI PNIEL melalui *header banner* dan CTA (*Call to Action*) yang menarik perhatian *user*.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

FGD dilakukan dengan 5 jemaat pemuda di gereja GKNI PNIEL yaitu Erica Fransisca, Kenneth, Verensia Faustina Layardi, Verlacya Jonetta Layardi, dan Yoel Christian Alexander untuk mengetahui *behaviour* mereka dalam memandang media informasi, serta mendapatkan data mengenai persepsi *website* GKNI PNIEL, *website* GKKB Pontianak, dan *website* NDC Ministry.



Gambar 3.3 FGD dengan 5 Jemaat Pemuda GKNI PNIEL

Berikut adalah data peserta FGD yang dilakukan pada Senin, 19 Februari 2024 pada pukul 21.00 melalui *Zoom Meeting*:

Tabel 3.1 Data Peserta FGD

Nama	Usia	Pekerjaan	Domisili
Kenneth	20 tahun	Mahasiswa Bisnis Digital & Karyawan	Pontianak
Yoel Christian Alexander	22 tahun	Mahasiswa Sastra Inggris	Malang

Verlacya Jonetta Layardi	18 tahun	Siswa Teknik Komputer Jaringan & Guru kursus IT	Pontianak
Erica Fransisca	23 tahun	Mahasiswa Akuntansi & Guru TK-SD	Pontianak
Verensia Faustina Layardi	20 tahun	Mahasiswa Bahasa Inggris & Guru TK-SD	Pontianak

Menurut kelima peserta FGD, mendapatkan informasi mengenai kegiatan gereja selama ini tidak ada kesulitan karena mereka telah *join* ke dalam *group* Whatsapp GKNI PNIEL atau dalam warta gereja. Mereka berpendapat bahwa jemaat/ pengunjung baru akan mengalami kesulitan karena penyebaran informasi mengenai jadwal kegiatan hanya dilakukan secara internal, sehingga agak sulit untuk mengajak jemaat pemuda baru untuk ikut terlibat dalam kegiatan di GKNI PNIEL.

Berbicara mengenai media informasi yaitu *website*, kelima peserta berpendapat bahwa *website* GKNI PNIEL saat ini tidak memiliki fungsi dan tidak berdampak bagi orang-orang sekitar, sehingga pembaharuan *website* diperlukan agar dapat menjangkau secara luas untuk jemaat/ pengunjung baru yang ingin mengetahui tentang GKNI PNIEL lebih dalam. Hal ini juga dikarenakan penyebaran informasi melalui media digital yang dilakukan GKNI PNIEL kepada masyarakat di luar gereja masih minim. Selain itu, dengan diperbaharainya *website*, jemaat GKNI PNIEL sendiri juga dapat mengakses informasi atau *event* yang telah berlalu. Verensia berpendapat bahwa karena GKNI PNIEL memiliki cabang di daerah-daerah Kalimantan Barat, jemaat pemuda dari daerah yang ingin berkuliah di kota Pontianak juga dapat mengakses informasi yang mendukung mengenai GKNI PNIEL Pontianak dengan disertai jadwal ibadah, alamat, dan informasi kegiatan lainnya.

Kemudian, moderator memberikan 3 *link website* gereja yaitu *website* GKNI PNIEL, GKKB Pontianak, dan NDC Ministry. Moderator meminta kelima peserta untuk mengeksplorasi ketiga *website* tersebut. 4 peserta memberikan pendapat bahwa *website* GKKB Pontianak lebih nyaman dan menarik bagi mereka karena memiliki navigasi yang mudah dipahami, desain dari sisi *typgraphy* dan warna yang elegan dan intuitif, lebih mudah untuk diakses semua kalangan usia, namun terdapat beberapa informasi pada *page* tertentu yang masih kurang lengkap. Sedangkan, Kenneth lebih menyukai *website* NDC Ministry karena memiliki desain dan warna yang modern. Namun, dari sisi *user experience* masih sedikit membingungkan karena pada *Home page* berupa *automatic header*, sehingga *user* kurang memahami navigasinya dan beberapa menu yang masih *error*. Peserta lainnya juga berpendapat yang sama mengenai navigasi *website* NDC Ministry yang masih membingungkan, tetapi *website* mereka memiliki informasi yang lengkap dan jelas. Seluruh peserta berpendapat bahwa *website* GKNI PNIEL belum memadai karena informasi yang tidak lengkap, fitur yang tidak berfungsi, dan tulisan yang tidak terbaca.



Gambar 3.4 *Website* GKNI PNIEL, GKKB Pontianak, dan NDC Ministry
 Sumber: <https://gknipniel.org/> (2019), <https://gkkbpontianak.org/landing> (2024), <https://www.ndcministry.org/> (2017)

Untuk perancangan ulang *website* GKNI PNIEL, kelima peserta memberikan saran untuk menambahkan konten mengenai informasi kegiatan gereja untuk menjangkau jemaat baru, kemudian konten renungan harian dari GKNI PNIEL yang di-*update* setiap hari, informasi kontak dan alamat, dan informasi persembahan *online*.

3.1.1.3 Observasi

Metode ketiga yang penulis lakukan adalah melakukan observasi ke gereja GKNI PNIEL Pontianak pada hari Minggu, 31 Maret 2024 pukul 09.00 WIB. Metode ini dilakukan untuk menganalisa ketersediaan informasi yang dimiliki gereja, visual media informasi, dan bagaimana kegiatan di GKNI PNIEL.



Gambar 3.5 Mading Lantai Dasar GKNI PNIEL

Lantai dasar GKNI PNIEL digunakan sebagai tempat parkir motor bagi jemaat. Terdapat sebuah mading yang terdiri dari hasil karya anak Sekolah Minggu, poster program, daftar nama donatur, dan foto dokumentasi lahan GKNI PNIEL. Visual informasi yang ditampilkan pada media informasi tersebut tidak memiliki keseragaman yang sesuai dengan identitas gereja.



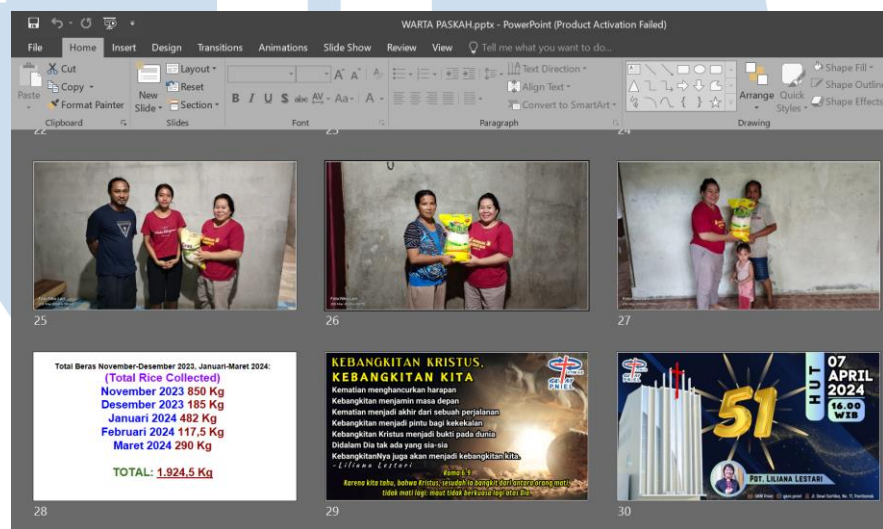
Gambar 3.6 Mading Lantai 2 GKNi PNIEL

Lantai 2 GKNi PNIEL merupakan area tempat dilaksanakannya ibadah. Sebelum memasuki aula ibadah, terdapat mading yang terdiri dari liturgi ibadah, jadwal tim pelayanan, laporan keuangan, dan poster program gereja. Visual informasi yang ditampilkan pada media informasi tersebut juga tidak memiliki keseragaman yang sesuai dengan identitas gereja.



Gambar 3.7 Ibadah GKNi PNIEL

Kegiatan ibadah dilangsungkan pada pukul 09.00 - 11.00. Penulis mengunjungi GKNI PNIEL bertepatan pada Hari Paskah, dimana ibadah hanya dilaksanakan 1 kali saja dan bergabung dengan seluruh jemaat. Setelah ibadah, pendeta gereja menyampaikan warta kepada jemaat menggunakan *slide* PPT dengan tema yang berbeda-beda pada setiap *slide*, dengan *layout* dan *typography* yang tidak konsisten.



Gambar 3.8 Warta Paskah GKNI PNIEL

Penulis didampingi oleh Pendeta Liliana Lestari ketika melakukan observasi di GKNI PNIEL. Beliau menunjukkan kepada penulis media informasi apa saja yang terdapat di GKNI PNIEL.

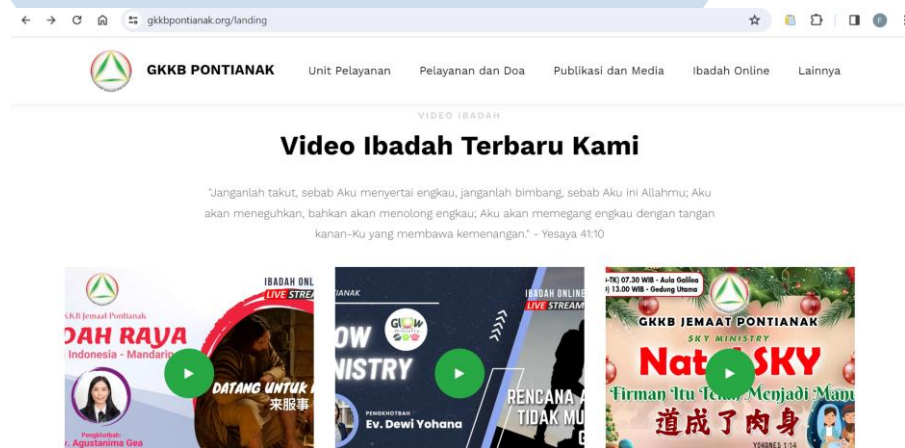


Gambar 3.9 Penulis dan Pendeta GKNI PNIEL

3.1.1.4 Studi Eksisting

Metode keempat yang penulis lakukan adalah dengan melakukan studi eksisting pada *website* Gereja Kristen Kalimantan Barat (GKKB) Pontianak. Metode ini dilakukan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari media yang telah ada mengenai *website* gereja, sehingga dapat digunakan sebagai pedoman dalam merancang *website* yang akan datang. Studi eksisting dilakukan pada Senin, 26 Februari 2024 secara *online*.

Website <https://gkkbpontianak.org/landing> adalah *website* untuk memberikan informasi mengenai GKKB terkait dengan latar belakang, unit pelayanan, kelas yang diselenggarakan, publikasi, media, ibadah *online*, dan informasi lainnya untuk jemaat GKKB ataupun pengunjung baru.

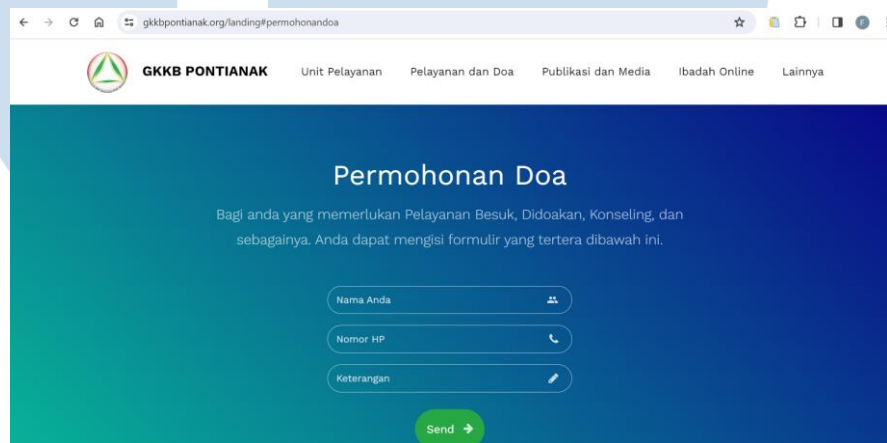


Gambar 3.10 *Website* GKKB Pontianak
Sumber: <https://gkkbpontianak.org/landing> (2024)

Website ini memiliki desain yang *clean*, sederhana, dan intuitif, sehingga mudah dipahami untuk segala umur. Ketika membuka *website* ini, hal pertama yang disajikan adalah *banner* dengan tema tahun baru Imlek yang terdiri dari *tagline* dan ayat Alkitab menggunakan bahasa Indonesia dan Mandarin. Masih pada *page* yang sama, disajikan informasi mengenai latar belakang, visi, dan misi dari GKKB, serta konten-konten *daily* seperti renungan

harian, video ibadah terbaru, buletin, warta, hamba Tuhan, dan *form* permohonan doa.

Penyajian informasi pada *website* ini dapat dikatakan lengkap. Pada menu lainnya, terdiri dari informasi unit pelayanan (disertai dengan alamat lengkap, nama hamba Tuhan, dan jadwal lengkap), jadwal kelas katekisasi & pembinaan, bagaimana cara untuk melakukan permohonan doa secara *online*, publikasi media (renungan, artikel, warta, buletin, dan lainnya), *gallery* foto *event* yang telah berlalu, info kegiatan, hingga bagaimana tata cara melakukan persembahan *online*.



Gambar 3.11 Permohonan Doa

Sumber: <https://gkkbpontianak.org/landing#permohonandoa> (2024)

Semua menu dapat diakses dengan lancar, namun terdapat satu menu yaitu “Info Kegiatan” yang masih terdiri dari informasi kosong. Pada *page Home*, terdapat *banner* kegiatan yang masih memiliki warna tulisan dan *background* yang bentrok, sehingga agak sulit untuk dibaca.

Dalam *website* ini, foto yang digunakan merepresentasikan topik yang dibahas, serta memiliki kualitas yang memadai. Tampilan *layout* menggunakan 3 *column* dengan *margin* yang cukup. *Typography* yang digunakan untuk keseluruhan *website* (*title*, *sub-title*, & *body text*) adalah *sans serif*. Warna yang mendominasi *website* ini adalah hijau, biru, dan putih.

Berdasarkan studi eksisting yang dilakukan, berikut merupakan hasil analisis SWOT *website* GKKB:

Tabel 3.2 Analisis SWOT GKKB

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki tampilan visual <i>website</i> yang <i>clean</i>, <i>simple</i>, dan intuitif yang cocok dengan segala kalangan usia. 2. Informasi <i>website</i> yang disajikan lengkap, jelas, dan relevan. 3. Memiliki berbagai kegiatan rohani pengembangan diri untuk berbagai usia. 4. Jemaat aktif mengikuti pelayanan gereja. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat <i>section</i> yang masih memiliki keterbacaan yang kurang pada <i>website</i>. 2. <i>Website</i> hanya terdiri dari bahasa Indonesia, sehingga sulit menjangkau jemaat luar negeri. 3. Ibadah 2 bahasa sekaligus yang dapat menyebabkan kehilangan fokus pesan. 4. Terlalu banyak mengikuti kegiatan membutuhkan waktu dan energi yang ekstra.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki navigasi <i>website</i> yang membingungkan <i>user</i>. 2. Konten <i>website</i> yang tidak diperbarui membuat pengunjung kehilangan minat. 3. Penyebaran cabang lokasi gereja di daerah lain yang tidak dipublikasikan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki tampilan visual <i>website</i> yang modern dan penggunaan elemen desain yang kreatif, seperti efek transisi. 2. Aktif membuat konten kerohanian di berbagai <i>platform</i>. 3. Memiliki <i>mobile app</i> yang mempermudah akses informasi.

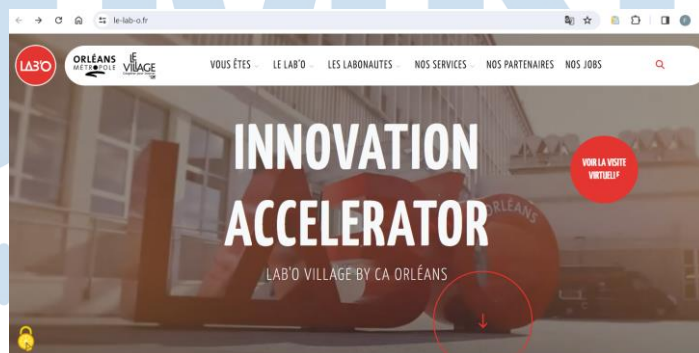
4. Jemaat pemuda pasif dalam mengikuti pelayanan ke daerah.	4. Keterlibatan anggota jemaat dalam pembuatan konten/ interaksi <i>online</i> yang membangun <i>relation</i> yang kuat.
---	--

3.1.1.5 Studi Referensi

Metode kelima yang penulis lakukan adalah dengan melakukan studi referensi pada 2 *website*. Metode ini dilakukan untuk memperoleh referensi dari perancangan terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik penelitian saat ini, serta sebagai pedoman untuk menetapkan bagaimana strategi perancangan yang komprehensif. Studi eksisting dilakukan pada Selasa, 27 Februari 2024 secara *online*.

1) Website LAB'O

Website LAB'O merupakan *website* karya Buzznative. *Website* ini merupakan *website start up* bagi pemuda untuk berinovasi dengan program yang diselenggarakan oleh Technopole yang menyajikan informasi mengenai *event* dan komunitas mereka. LAB'O menjadi salah satu *website* yang masuk ke dalam *nominee* awwwards pada 24 Januari 2024. Penulis memanfaatkan *website* ini sebagai panduan *layout, style, dan navigasi website*.

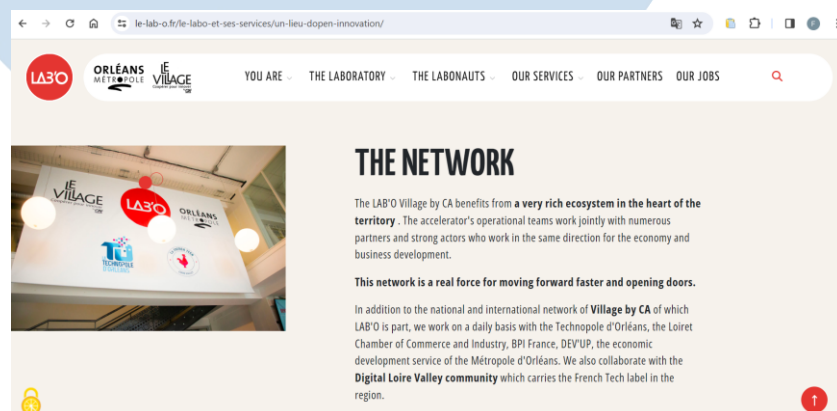


Gambar 3.12 *Website* LAB'O
Sumber: <https://www.le-lab-o.fr/> (2024)

Layout yang diaplikasikan pada *website* ini menggunakan 4 *field elements*. *Website* ini menunjukkan kontras yang memadai,

dimana terdapat perbedaan antara *headline* dan *body text*, serta memiliki hirarki visual yang teratur untuk mempermudah proses pembacaan informasi. *Interactive animation* dalam *website* ini juga membantu *user* untuk membedakan setiap *button* dengan jelas, serta posisi elemen visual yang efektif.

Alignment yang diterapkan pada *website* ini terdiri dari *left-aligned* dan *centered*. Setiap *section* memiliki *grid* yang berbeda-beda. Namun, terdapat beberapa *section* dengan *size margin* yang masih belum selaras, seperti pada *section navbar menu* dan *section teks & gambar*. Warna yang diterapkan pada *website* ini adalah *solid color* dengan warna dominan merah, hitam, dan *beige*. Penggunaan *solid color* pada *website* ini bertujuan untuk menonjolkan *image* dan mendukung hirarki visual.



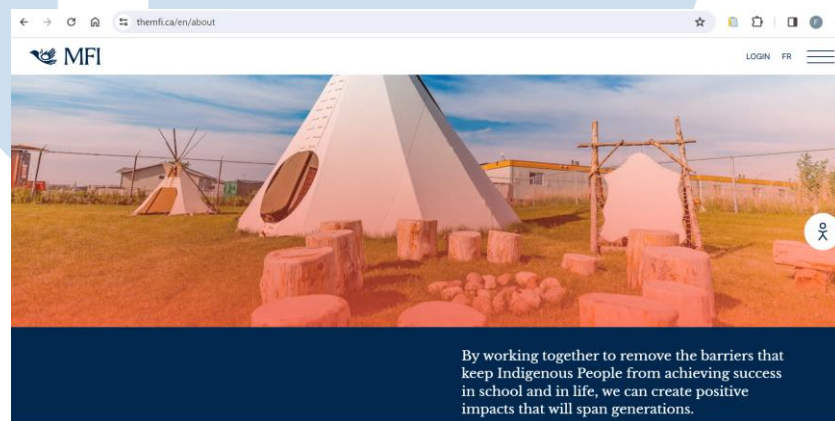
Gambar 3.13 Website LAB'O
Sumber: <https://www.le-lab-o.fr/> (2024)

2) Website MFI (*The Martin Family Initiative*)

Website MFI (*The Martin Family Initiative*) merupakan *website* karya Tux Creative House, Louis Paquet, Michael Garcia, dan Adrien Vanderpotte. *Website* ini merupakan *website* yang berkolaborasi dengan komunitas pribumi untuk memajukan kesejahteraan keluarga, pendidikan, dan ekonomi bagi anak dan pemuda dari komunitas *First Nations*. MFI menjadi salah satu *website* yang masuk ke dalam *honorable mention* awwards pada

19 Februari 2024. Penulis memanfaatkan *website* ini sebagai panduan *layout*, *style*, dan navigasi *website*.

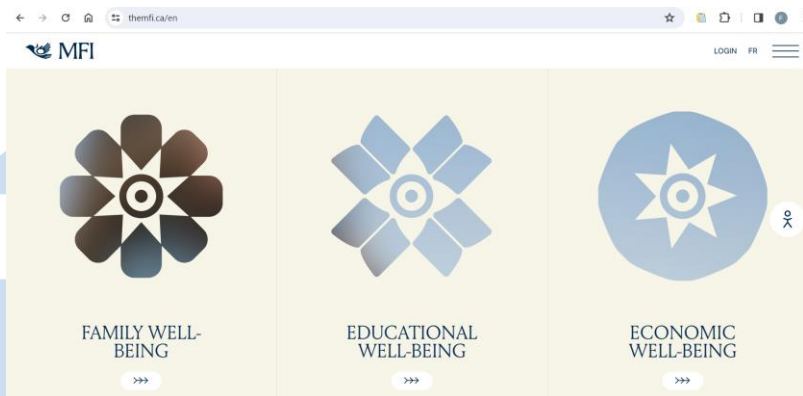
Layout yang diaplikasikan pada *website* ini menggunakan 3 *field elements*. *Website* ini menunjukkan kontras yang memadai, dimana terdapat perbedaan antara *headline* dan *body text*, serta memiliki hirarki visual yang teratur untuk mempermudah proses pembacaan informasi. *Interactive animation* dalam *website* ini juga memberikan *experience* yang menarik bagi *user* setiap melakukan *scrolling* menuju ke *section* berikutnya, serta menggunakan elemen visual (vektor) yang menjadi ciri khas *website* ini.



Gambar 3.14 *Website* MFI

Sumber: <https://themfi.ca/en/about> (2024)

Alignment yang diterapkan pada *website* ini terdiri dari *left-aligned* dan *centered*. Setiap *section* memiliki *grid* yang berbeda-beda dengan *margin* yang selaras. Warna yang diterapkan pada *website* ini adalah *solid color* dengan warna dominan merah, biru, dan *beige*. Penggunaan *solid color* pada *website* ini bertujuan untuk menonjolkan *image* dan mendukung hirarki visual.



Gambar 3.15 Website MFI
Sumber: <https://themfi.ca/en> (2024)

3.1.1.6 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dengan metode kualitatif yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1) *Interview* dengan Pendeta GKNI PNIEL

Berdasarkan *interview* yang telah dilakukan dengan pendeta GKNI PNIEL, dapat disimpulkan bahwa GKNI PNIEL dengan visi misi mereka yang begitu besar sangat memfasilitasi jemaat untuk terlibat dalam pelayanan, penjangkauan untuk menggerakkan kekuatan kerohanian, dan banyak jaringan kerja sama baik dengan gereja dalam ataupun luar negeri. Hal ini memberikan kesempatan bagi jemaat untuk pengembangan diri, khususnya pemuda. Tetapi anak muda saat ini cenderung tidak berminat mengikuti kegiatan kerohanian dan malas ke gereja karena sibuk dengan kegiatan duniawi dengan pengaruh kehidupan modern seperti teknologi dan media sosial. Jika terus dibiarkan, gereja tidak akan memiliki generasi penerus untuk perkembangannya. Selain itu, penggunaan media informasi GKNI PNIEL masih sangat minim dan hanya menjangkau jemaat internal. Website GKNI PNIEL yang sudah tidak berkembang selama lebih dari 5 tahun menyebabkan tidak tersampainya informasi kegiatan yang diselenggarakan secara luas dan tidak ada fasilitas untuk menampilkan seluruh informasi gereja.

2) *Interview dengan Ahli UI/UX Website*

Berdasarkan *interview* yang telah dilakukan dengan ahli UI/UX *website*, dapat disimpulkan bahwa secara umum, metode apapun dapat digunakan untuk perancangan UI/UX *website*. Hal penting yang harus diperhatikan adalah *step* pertama yaitu melakukan *research*/pengumpulan data yang lengkap dan fokus kepada tujuan perancangan tersebut, serta strategi yang diterapkan. Penting untuk mengumpulkan *sample* melalui *user* dalam merancang *empathy mapping*, *user persona*, dan *user journey* yang sesuai dengan kebutuhan. Berbicara mengenai perancangan visual, penting untuk menentukan *moodboard* sebagai acuan untuk dapat mengetahui sketsa, desain, *wireframe*, dan *prototype* yang akan dirancang memiliki arah dan patokan yang jelas, serta membuat sebuah *design system* agar desain UI/UX menjadi terstruktur. Dalam perancangan UI/UX *website* gereja, perlu dipertimbangkan kembali setiap elemen yang didesain sesuai dengan target usia karena *website* ini memiliki jangkauan untuk jemaat dan masyarakat luas.

3) *Focus Group Discussion (FGD)*

Berdasarkan FGD yang telah dilakukan dengan 5 jemaat pemuda di GKNI PNIEL, dapat disimpulkan bahwa jemaat internal tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi karena telah *join* dalam *group Whatsapp* GKNI PNIEL, namun jemaat/pengunjung baru akan mengalami kesulitan karena penyebaran informasi secara eksternal yang masih minim. Hal ini juga menjadi penyebab jemaat baru tidak dapat terlibat dalam kegiatan di GKNI PNIEL. Saat ini, *website* GKNI PNIEL juga tidak berfungsi dan tidak berdampak kepada orang sekitar. Padahal, dengan adanya *website*, jemaat GKNI PNIEL sendiri dapat mengakses kembali *event-event* yang telah diselenggarakan ataupun informasi kegiatan lainnya dengan lebih mudah. Selain itu, dari 3 *website* gereja yang

telah dieksplorasi oleh peserta, mayoritas menyukai *website* GKKB Pontianak dengan tampilan visual yang *simple*, elegan, intuitif, dan detail informasi yang lengkap, serta memiliki kenyamanan untuk diakses dari sisi *experience*. Penting untuk merancang *flow website* yang jelas agar *user* tidak kebingungan dan enggan untuk mengakses kembali *website* tersebut.

4) **Observasi**

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di GKNI PNIEL, dapat disimpulkan bahwa penyampaian informasi gereja masih belum dilakukan secara optimal dan belum sepenuhnya mencerminkan identitas visual gereja di setiap media yang digunakan. Media yang sudah ada saat ini hanya PPT *slide* dan poster yang disusun menggunakan tulisan biasa atau *template* yang diambil dari internet. Informasi yang disampaikan setelah ibadah juga dilakukan secara verbal saja, sehingga rentan terlupakan, terutama jika pendengar tidak aktif mencatat atau merenungkan pesan tersebut.

5) **Studi Eksisting**

Berdasarkan studi eksisting yang telah dilakukan dengan *website* GKKB Pontianak, dapat disimpulkan bahwa penting untuk menyediakan konten informasi yang lengkap dan jelas agar *user* langsung memahami informasi yang disajikan. Pemilihan konten yang sesuai dengan *occasion* dapat menjadi daya tarik bagi *user* karena *website* tersebut terus memperbaharui info yang ada. Dengan menyediakan fitur interaktif seperti *form doa*, *live streaming* ibadah, ataupun *podcast* rohani dapat meningkatkan keterlibatan dan interaksi antar jemaat.

6) **Studi Referensi**

Berdasarkan studi referensi yang telah dilakukan dengan 2 *website* yaitu LAB'O dan MFI, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, kedua *website* menggunakan kombinasi elemen

desain yang beragam. Walaupun menggunakan *grid* yang berbeda pada setiap *section*, desain *interface* masih terlihat rapi dan selaras agar proses pembacaan informasi masih teratur. *Interactive animation* dalam kedua *website* juga memberikan *experience* yang menarik bagi *user* setiap melakukan *scrolling* menuju ke *section* berikutnya, serta pentingnya untuk menciptakan sebuah ciri khas bagi *website* seperti jenis ilustrasi, warna, *font*, ataupun fotografi agar meningkatkan daya tarik *user*.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Penulis menerapkan pengumpulan data kuantitatif dengan metode *survey*. Menurut Yusuf (2014), metode *survey* digunakan untuk menyatukan informasi/ data dari responden melalui kuesioner, *interview*, *e-mail*, atau telepon, baik dalam populasi besar maupun kecil. Penulis memilih metode ini agar dapat memperoleh data dari sejumlah target sasaran yang telah ditentukan. Teknik yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk mengidentifikasi pengalaman responden mengenai penggunaan media informasi di GKNi PNIEL dan mengetahui konten yang dianggap penting, serta berguna bagi jemaat GKNi PNIEL. Kuesioner ini dibagikan secara *online* melalui *Google Forms* kepada 100 responden yang merupakan jemaat/ pernah beribadah di GKNi PNIEL. Penulis menggunakan rumus Slovin untuk menghitung *sample* dan menentukan jumlah responden kuesioner yang dijabarkan sebagai berikut:

S = ukuran *sample*

N = ukuran populasi = 669.795

Data Badan Pusat Statistik kota Pontianak tahun 2022 digunakan sebagai nilai untuk variabel N dalam rumus Slovin.

e = derajat ketelitian = 10%

$$S = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$S = \frac{669795}{1+669795.0,1^2}$$

$$S = \frac{669795}{1+6697,95}$$

$$S = \frac{669795}{6698,95}$$

$$S = 99,985072 \approx 100$$

Berikut adalah hasil pengumpulan data yang telah dilakukan oleh penulis melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh 102 responden:

Tabel 3.3 Segmentasi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	42	41,2%
	Perempuan	60	58,8%
Usia	< 19 tahun	10	9,8%
	20 – 30 tahun	51	50%
	31 – 50 tahun	35	24,5%
	> 50 tahun	16	15,7%
Domisili (Sesuai KTP)	Pontianak	76	74,5%
	Kubu Raya	18	17,6%
	Di luar Pontianak (Area Kalbar)	3	2,9%
	Di luar Kalimantan (Sumatera, Jawa, Sulawesi, dll)	5	4,9%
Status jemaat di GKNI PNIEL	Jemaat GKNI PNIEL	85	83,3%
	Jemaat di luar GKNI PNIEL	17	16,7%

Berdasarkan data segmentasi yang telah diperoleh dari 102 responden, 41,2% adalah laki laki dan 58,8% adalah perempuan. Terdapat 9,8% responden berusia <19 tahun, 50% responden berusia 20-30 tahun, 24,5% responden berusia 31-50 tahun, dan 15,7% berusia >50 tahun. Kemudian dari sisi domisili, responden yang berada di Pontianak dan Kubu Raya sebanyak 92,1% dan 7,8% di luar Pontianak. Dari sisi status jemaat, sebanyak 83,3% merupakan jemaat GKNI PNIEL dan 16,7% merupakan jemaat di luar GKNI PNIEL.



Gambar 3.16 Tanggapan Media Informasi GKNI PNIEL

Dengan menggunakan skala likert, 54,9% responden berpendapat bahwa sangat mudah untuk mencari informasi seputar kegiatan ibadah di GKNI PNIEL dan 45,1% sisanya dianggap masih terdapat kendala untuk menemukan informasi tersebut. Kemudian, 52,9% responden berpendapat bahwa GKNI PNIEL rutin untuk melakukan *update* informasi seputar kegiatan ibadah di gereja dan 47,1% sisanya dianggap masih merasakan bahwa GKNI PNIEL belum rutin melakukan *update* informasi.

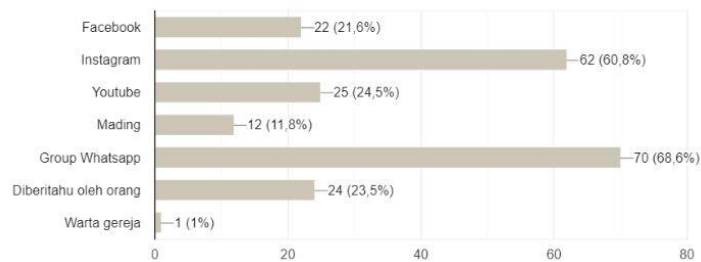
Tabel 3.4 Kegiatan Ibadah Responden

Pernyataan	Mean	Keterangan
Seberapa sering mencari tahu informasi mengenai kegiatan GKNI PNIEL	2,75	Tidak terlalu sering

Seberapa mudah mencari informasi seputar kegiatan non-ibadah	2,91	Sulit
Seberapa sering berpartisipasi dalam kegiatan non-ibadah	2,32	Tidak terlalu sering

Dengan menggunakan skala likert, diketahui bahwa rata-rata responden masih tidak terlalu sering mencari tahu informasi mengenai kegiatan di GKNi PNIEL dengan *mean* 2,75 dari skala 4 (sangat sering). Rata-rata responden juga berpendapat masih sulit untuk mencari informasi mengenai kegiatan non-ibadah dengan *mean* 2,91 dan rata-rata *mean* 2,32 responden masih tidak terlalu sering untuk berpartisipasi dalam kegiatan non-ibadah.

Media apa yang Anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan GKNi PNIEL? [Salin](#)
102 jawaban



Gambar 3.17 Media Informasi GKNi PNIEL

3 media yang paling sering digunakan GKNi PNIEL untuk menyebarkan informasi kegiatan adalah melalui *Group Whatsapp* (68,6%), kemudian *Instagram* (60,8%) dan *Youtube* (24,5%).

Tabel 3.5 Penggunaan Media Informasi Responden

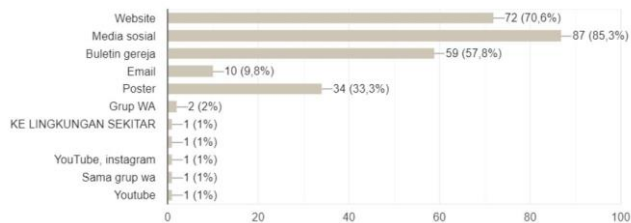
Pernyataan		Mean	Keterangan
Seberapa penting untuk menerima pembaruan rutin tentang kegiatan GKNi PNIEL		3,2	Penting
Variabel	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase
	Ya	72	70,6%

Perlu adanya perubahan sistem penyebaran informasi pada GKNI PNIEL	Tidak	30	29,4%
Jika ada perubahan media informasi, akan membuat informasi tersalurkan dengan lebih baik.	Ya	96	94,1%
	Tidak	6	5,9%

Kemudian, rata-rata responden mengungkapkan penting untuk menerima pembaruan rutin tentang kegiatan GKNI PNIEL dengan *mean* 3,2. Sebanyak 70,6% responden juga menyatakan perlu untuk adanya perubahan penyebaran informasi pada GKNI PNIEL dan 94,1% merasa dengan adanya perubahan media informasi, akan membuat informasi tersalurkan dengan lebih baik.

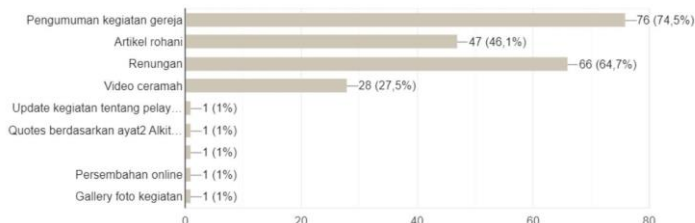
Pilihlah 3 media yang menurut Anda cocok menjadi wadah dalam media informasi GKNI PNIEL. [Salin](#)

102 jawaban



Apa jenis konten yang paling Anda nikmati atau anggap berguna dari media informasi gereja? [Salin](#)

102 jawaban



Gambar 3.18 Media Informasi & Konten yang Cocok untuk GKNI PNIEL

Ketika diminta untuk memilih media yang cocok untuk menjadi wadah dalam media informasi GKNI PNIEL, media sosial (85,3%), *website*

(70,6%), dan buletin gereja (57,8%) menjadi 3 media terbanyak yang dipilih oleh responden. Kemudian, konten yang paling dinikmati dan dianggap berguna dalam media informasi gereja adalah pengumuman kegiatan gereja (74,5%), renungan (64,7%), dan artikel rohani (46,1%) menjadi konten yang dipilih terbanyak.

Tabel 3.6 Pendapat tentang *Website* GKNI PNIEL

Variabel	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase
Penting bagi sebuah gereja untuk memiliki <i>website</i>	Penting	94	92,2%
	Tidak penting	8	7,8%
Pernyataan		Mean	Keterangan
Keterbacaan tulisan pada <i>website</i> GKNI PNIEL		1,8	Tidak terbaca
Kualitas foto pada <i>website</i> GKNI PNIEL		2,8	Kurang baik
Perpaduan warna pada <i>website</i> GKNI PNIEL		2,7	Kurang baik
Kualitas konten pada <i>website</i> GKNI PNIEL		2,2	Kurang memadai

Berbicara mengenai *website*, 92,2% responden menyatakan penting bagi sebuah gereja untuk memiliki *website*. Kemudian, penulis memberikan beberapa *screenshot website* GKNI PNIEL. Rata-rata responden menyatakan bahwa tulisan pada *website* tersebut masih tidak terbaca dengan *mean* 1,8. Kualitas foto yang digunakan pada *website* ini masih kurang baik dengan *mean* 2,8. Perpaduan warna yang digunakan juga masih kurang baik dengan *mean* 2,7 dan kualitas konten yang disajikan masih kurang memadai dengan *mean* 2,2.

3.1.2.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dengan metode kuantitatif (kuesioner) yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian

besar responden masih menemukan kendala untuk menemukan informasi kegiatan gereja, khususnya pada kegiatan non-ibadah. Akibatnya, responden tidak terlalu sering terlibat dalam kegiatan tersebut. Kemudian, karena media informasi yang dominan digunakan oleh GKNI PNIEL adalah *group Whatsapp*, hal ini menyebabkan jemaat/ pengunjung baru yang tidak menjadi *member group* tersebut sulit untuk mengetahui jadwal atau informasi kegiatan gereja. Responden juga menyatakan bahwa penting untuk menerima pembaruan rutin tentang GKNI PNIEL dan diperlukan adanya perubahan sistem penyebaran media informasi agar dapat tersalurkan dengan lebih baik. Dari berbagai media yang diberikan, *website* juga menjadi salah satu dari pilihan terbanyak sebagai media yang cocok untuk menyebarkan informasi GKNI PNIEL. Menurut responden, sebuah gereja harus memiliki sebuah *website* dan *website* GKNI PNIEL sendiri belum memadai dari sisi visual dan fungsinya.

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang penulis aplikasikan untuk merancang ulang UX/UI *website* GKNI PNIEL adalah metode *Design Thinking* oleh David Kelley & Tim Brown (2018) melalui buku berjudul *An Introduction to Design Thinking Process Guide* dari *Institute of Design at Standford*. Metode ini dipilih karena fokus pada tahap awal yaitu '*empathize*,' dimana penulis harus memahami masalah dengan solusi yaitu kebutuhan media informasi berupa *website* yang berlandaskan pada kebutuhan gereja dan *user* dengan mendalami *insight* dari kedua belah pihak ini. Masalah dan *insight* yang telah diperoleh, kemudian akan menjadi fondasi yang berdampak pada proses perancangan desain *website* dalam hal bentuk, relasi, interaksi, dan *experience* yang efektif, serta mawadahi kedua belah pihak yaitu gereja dan *user*. Metode ini fleksibel dan adaptif terhadap perubahan, sehingga penulis dapat menanggapi perkembangan *website* sesuai dengan kebutuhan jemaat dan tren terbaru. Dengan menempatkan *user* pada proses desain, penulis dapat memastikan bahwa *website* GKNI PNIEL tidak hanya memenuhi kebutuhan

informasi, tetapi juga mendukung keterlibatan dan partisipasi dalam kehidupan gereja. Berikut adalah penjabaran tahapannya:

1) ***Empathize***

Pada tahap pertama, penulis harus memahami *target audience* dalam kondisi perancangan desain yang akan dilakukan. Penulis mengambil pendekatan terhadap *user* dengan mencari dan mengumpulkan data yang relevan mengenai masalah yang diangkat, mengapa masalah tersebut harus diselesaikan, dan materi-materi yang berguna dalam perancangan ulang UI/UX *website* gereja.

2) ***Define***

Tahap kedua, berdasarkan pemahaman yang telah dipelajari mengenai *target audience* dan masalah yang diangkat secara spesifik. Penulis menyusun pernyataan masalah yang akan diselesaikan dari berbagai perspektif dengan data yang telah dikumpulkan dengan merancang strategi untuk solusi berupa *user persona*, *architecture information*, *user flow*, dan *user journey* untuk lebih memahami *target audience*.

3) ***Ideate***

Pada tahap ketiga, masuk ke dalam proses pembentukan ide dan konsep melalui *brainstorming*, kemudian membuat *mindmap* konsep solusi yang diusulkan. Hal ini membantu penulis dalam menetapkan *keyword*, *big idea*, dan *moodboard*. Setelah itu, penulis dapat melanjutkan perancangan sketsa, *wireframe*, *interface design*, beserta dengan elemen visualnya.

4) ***Prototype***

Tahap keempat adalah perancangan *prototype* yang bertujuan untuk menguji berbagai aspek dari solusi desain yang telah dirancang pada tahap sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan merancang interaktifitas dalam *website* untuk mengamati cara *target audience* berinteraksi dengan produk.

5) ***Test***

Tahap terakhir adalah menjalankan uji coba *prototype* yang telah dirancang kepada *target audience* untuk mendapatkan *feedback* dan memperbaiki solusi berdasarkan *test* yang telah dilakukan. Dari hasil *test* tersebut, penulis dapat mempelajari dan melakukan perubahan apabila dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produk.

