

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Gereja Kristen Nasional Injili atau GKNi PNIEL adalah gereja kristen protestan yang berdomisili di Pontianak, Kalimantan Barat. GKNi PNIEL berdiri sejak 8 April 1973 dengan gembala sidang pertama Rev. James Tjondro. GKNi PNIEL memiliki motto ‘Diselamatkan untuk bermisi’ dan visi ‘Menjadi gereja yang menghadirkan terang Kristus bagi dunia.’ Selain berdoa dan ibadah khotbah, GKNi PNIEL memiliki beragam kegiatan seperti persekutuan, Tunas Remaja, kegiatan amal, dan beragam kegiatan keagamaan lainnya.

Pengembangan jemaat muda di GKNi PNIEL mengalami kendala karena minimnya penyebaran informasi terkait kegiatan di gereja. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dengan jemaat GKNi PNIEL, sebanyak 68,6% responden menjawab *group* Whatsapp merupakan media yang digunakan untuk mendapatkan informasi kegiatan mereka. Selain itu, GKNi PNIEL memiliki *website* yang selama lebih dari 5 tahun tidak memiliki perkembangan sehingga program-program mereka menjadi terlantar. Secara kaidah Desain Komunikasi Visual (*Interaction Design*), UI/UX *website* GKNi PNIEL masih memiliki kekurangan antara lain, *layout* tidak intuitif, *margin* berbeda-beda, *typography* yang tidak konsisten, *readability* yang tidak baik, dan fitur-fitur yang tidak berfungsi.

Sebagai sebuah Non-Governmental Organization (NGO), *website* menjadi *platform* yang berperan sebagai gerbang utama bagi jemaat dan citra dari GKNi PNIEL sebagai tempat ibadah. *Website* juga berfungsi untuk memberikan transparansi kepengurusan dan keuangan dari GKNi PNIEL yang membantu membangun kepercayaan antar anggota jemaat/ donatur. Berdasarkan teori UX *Honeycomb* oleh Morville (2014), kredibilitas informasi pada *website* dapat memberikan efek kepercayaan dan meyakinkan *audience* dengan informasi/ pesan yang disampaikan.

Dengan mempertimbangkan fenomena dan permasalahan tersebut, penting bagi GKNI PNIEL untuk menjangkau kaum muda “Kristen” di Pontianak pada era digital ini, yaitu dengan *website*. Penentuan media informasi berupa *website* dilandasi atas keputusan strategis karena remaja muda Kristen Pontianak yang berusia 18-25 tahun termasuk golongan *digital native* (Pendit, 2013). Selain itu, *website* memiliki karakter media yang relevan, kekinian, dan *presentable* untuk menjangkau generasi muda. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang UX/UI *website* GKNI PNIEL.

*Website* GKNI PNIEL berperan untuk mengakses informasi seputar gereja dan jadwal kegiatan. Melalui *website* ini, jemaat dapat aktif berpartisipasi dalam program gereja, mengakses sumber daya rohani untuk memperdalam iman pemahaman rohani, berinteraksi dengan sesama jemaat, dukungan program gereja melalui persembahan *online*, dan lebih mudah menghubungi gereja untuk permohonan doa, serta pertanyaan umum.

Pada tanggal 25 April 2024, penulis melakukan *alpha test* dari *prototype website* GKNI PNIEL pada acara *prototype day* di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis memperoleh 37 responden yang menguji coba *prototype* dan memberikan *feedback* mereka. Penulis mendapatkan *feedback* yang sangat positif dan terdapat beberapa kendala minor yang kemudian direvisi oleh penulis.

Setelah itu, pada tanggal 16 Mei 2024, penulis melakukan *beta test* dengan melakukan *focus group discussion* bersama 5 pemuda jemaat GKNI PNIEL Pontianak menggunakan Google Meet. Penulis menguji coba *prototype website* GKNI PNIEL kepada mereka dan mendapatkan *feedback* yang sangat positif untuk keseluruhan *experience* dan tampilan visual. Informasi yang disampaikan sangat jelas dan mudah dipahami *user*, serta tampilan visual yang cocok dengan preferensi pemuda GKNI PNIEL.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan dalam perancangan media informasi dalam bentuk *website* dengan topik yang serupa adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelidiki fenomena dan masalah yang diangkat dan menentukan tahap perancangan media yang akan digunakan.

- 2) Mengumpulkan data yang lengkap dan melakukan riset dengan konten yang akan disajikan pada media informasi, serta bentuk *interactivity* yang diaplikasikan agar informasi yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga interaktif.
- 3) Melakukan riset dengan target *audience* primer dan sekunder untuk menghasilkan solusi yang tepat atas masalah yang dihadapi.
- 4) Menentukan *creative brief*, aset visual, dan *interactivity* pada setiap *page* agar menjadi satu kesatuan.
- 5) Melakukan uji coba produk melalui *alpha test* untuk mengidentifikasi kesalahan yang terlewat, kemudian melakukan *beta test* setelah memperbaiki kendala yang ditemukan sebelumnya.
- 6) Studi eksisting dan studi referensi memegang peranan penting dalam proses perancangan agar penulis dapat lebih peka terhadap penelitian.
- 7) Lakukan riset mengenai solusi desain dengan membandingkan data dari hasil *interview* dengan pendeta dan dari sisi *user*.
- 8) Kuesioner tidak dapat mendapatkan data dengan pertanyaan yang bersifat kualitatif seperti ‘Mengapa?’ karena variabel tersebut tidak dapat diukur.

