

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi memudahkan kita untuk melakukan publikasi secara cepat terhadap objek tertentu. Dengan memanfaatkan teknologi informasi ini kita dapat memberikan kontribusi untuk memperkenalkan ataupun meningkatkan eksistensi suatu wilayah yang memiliki potensi wisata. Untuk cara meningkatkan eksistensi ataupun memperkenalkan potensi wisata disuatu daerah, kita dapat melakukan promosi. Promosi sendiri merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang ataupun suatu perusahaan dengan target masyarakat luas yang bertujuan untuk memperkenalkan dan juga mempengaruhi masyarakat agar membeli ataupun menggunakan produk tersebut. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Kotler dan Keller, 2018). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki tujuan untuk memperkenalkan atau menginformasikan, membujuk, mengingat serta mempengaruhi calon pembeli agar dapat memilih produk kita untuk digunakan. Manfaat yang didapat apabila kita melakukan promosi antara lain dapat menginformasikan keberadaan produk kita, menarik perhatian pasar dengan cepat, menjaga loyalitas konsumen, meningkatkan kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan melebihi produk pesaing, membantu meningkatkan brand awareness hingga meningkatkan potensi penjualan produk.

Ada banyak sekali jenis-jenis media promosi yang dapat diterapkan untuk mempromosikan produk yang kita miliki contohnya media cetak dan media digital atau elektronik (Sulistiyorini dan Suharsono, 2019). Media cetak ini merupakan jenis media promosi yang mana mengutamakan bentuk visual dan biasanya terdiri dari lembaran dengan berisikan sejumlah kata ataupun foto. Contoh dari jenis media

promosi cetak antara lain *leaflet*, brosur, poster dan sebagainya. Sedangkan media digital atau elektronik merupakan setiap media yang mana menggabungkan teks, grafik, suara serta video menggunakan teknologi. Contoh dari jenis media promosi digital antara lain televisi, sosial media, videotron, web dan sebagainya. Jumlah seluruh masyarakat Indonesia sebesar 265,4 juta dengan pengguna internet sebesar 50% atau 132,7 juta (Chakti, 2019). Pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh Mursalina dkk. (2019) yang mana didapatkan hasil pengujian efektivitas pada responden, media cetak mendapat hasil persentase 65,02 dan media digital mendapat hasil persentase 83,82. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa media digital lebih efektif untuk menarik pelanggan daripada media cetak walaupun media digital sangat efektif sebagai media promosi, media digital juga memiliki kekurangan. Kekurangan dari media promosi ini adalah tidak sedikit kompetitor yang juga menggunakan media promosi digital serta konten yang disajikan pun tidak kalah menarik (Suwartini dan Sumiyati, 2019).

Jember *Mini Zoo* atau akrab disebut dengan JMZ merupakan kebun binatang *mini* yang terletak di Jember, tepatnya di Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates. Jember *Mini Zoo* ini mulai beroperasi pada Mei 2021 dengan mengusung konsep edukasi. Selain dapat digunakan sebagai tempat edukasi, Jember *Mini Zoo* juga dapat digunakan sebagai tempat *refreshing* atau rekreasi, karena Jember *Mini Zoo* memiliki berbagai wahana rekreasi seperti *mini waterboom*, taman pelangi, *playground*, *feeding* hewan, panahan serta danau buatan (Febriyanto, 2023). Namun Jember *Mini Zoo* juga memiliki kekurangan yakni masih sedikit hewan koleksi yang dimiliki, pengunjung yang datang masih masyarakat daerah Jember saja atau wisatawan lokal dan membutuhkan biaya *maintenance* yang tinggi sehingga hal tersebut tergantung dari pendapatan yang didapatkan dari banyaknya pengunjung yang datang. Sedangkan untuk saat ini pengunjung Jember *Mini Zoo* masih terbatas, belum banyak wisatawan yang mengetahui Jember *Mini Zoo* baik lokal, nasional maupun global. Hal tersebut terjadi karena Jember *Mini Zoo* belum memiliki media promosi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah wisatawan lokal, nasional maupun global Jember *Mini Zoo* memerlukan media promosi yang tepat dan efektif seperti

halnya website. Walaupun saat ini Jember *Mini Zoo* sudah memiliki media sosial *instagram* sebagai media promosi, namun hal tersebut memiliki kelemahan salah satunya yakni susunan konten yang acak, tidak adanya *price list*, sulitnya wisatawan dalam memperoleh informasi tentang Jember *Mini Zoo*, tempat-tempat menarik lainnya yang belum tergambarkan dengan jelas serta kesulitan dalam pemesanan tiket (Alfian, 2023). Untuk melengkapi kekurangan dari media promosi *instagram* ini maka diperlukan media promosi pendukung lainnya salah satunya yakni dengan menggunakan *website*. Dengan menggunakan *website* sebagai media promosi, Jember *Mini Zoo* mendapatkan banyak keuntungan salah satunya yaitu dapat dengan mudah dijangkau oleh calon wisatawan lokal, nasional maupun global, mempermudah pengelola dalam mengatur konten ataupun informasi yang akan dipublikasikan, dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai mengenai Jember *Mini Zoo* kepada calon wisatawan serta mempermudah dalam pemesanan tiket. Pembuatan *website* promosi ini menerapkan metode *Goal Directed Design* (GDD) untuk merancang *User Interface* yang membantu pengguna dalam mendapatkan informasi yang jelas terkait Jember *Mini Zoo*. Setelah membuat rancangan desain yang sesuai kebutuhan pengguna dapat dilakukan *usability testing* dengan beberapa variabel yakni *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error* dan *satisfaction* sebagai tolak ukur pengukuran *website* promosi Jember *Mini Zoo*. Metode pengukuran yang digunakan yakni skala *likert* dengan harapan desain metode yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat membantu pengelola dalam membuat konten yang akan ditampilkan di *website*.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Penerapan metode *Goal Directed Design* dalam merancang *User Interface* untuk website promosi Jember *Mini Zoo*?
2. Mengevaluasi desain *User Interface* website promosi Jember *Mini Zoo* menggunakan metode *Goal Directed Design*?

3. Memastikan desain *User Interface* yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan pengunjung dan pengelola *Jember Mini Zoo*?

### 1.3. Tujuan

Berdasarkan identifikasi dari perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang didapatkan yakni:

1. Mampu menerapkan metode *Goal Directed Design* dalam merancang *User Interface* untuk website promosi *Jember Mini Zoo*.
2. Mampu mengevaluasi desain *User Interface* website promosi *Jember Mini Zoo* menggunakan metode *Goal Directed Design*.
3. Mampu mengetahui *User Interface* yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung dan pengelola *Jember Mini Zoo*.

### 1.4. Manfaat

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Meningkatkan minat pengunjung: Dengan menggunakan website promosi yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan user mampu meningkatkan pengunjung lokal, nasional maupun global untuk mengunjungi *Jember Mini Zoo* karena tampilan website lebih sesuai dengan kebutuhan pengunjung daripada tampilan pada instagram.
2. Membuat konten yang lebih menarik dan terstruktur: Dengan adanya website promosi ini pengelola dapat membuat konten yang lebih menarik dan lebih terstruktur sehingga pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan gambaran mengenai *Jember Mini Zoo*.
3. Memberikan informasi yang jelas: Pengunjung dapat dengan mudah dan lebih cepat dalam mencari ataupun memperoleh informasi mengenai *price list*, fasilitas maupun *event-event* yang akan dilaksanakan ataupun telah dilaksanakan.
4. Mempermudah pembelian tiket: Selain sebagai media promosi, website ini dapat mempermudah pengunjung dalam proses pembelian tiket sehingga pengunjung tidak perlu antri untuk membeli tiket lagi.