

Implementasi Elemen *User Interactive (UI)* Dan *User Experience (UI)* Dalam Perancangan Antarmuka Sistem Informasi *E-Tourism* Di Bali Berbasis Web

Aulia Iefan Datya

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Ilmu Kesehatan, Sains, dan Teknologi Universitas Dhyana Pura
iefandatya@undhirabali.ac.id

ABSTRACT

User Interface (UI) and User Experience (UX) are two crucial factors in the success of information systems, especially web-based applications and mobile applications. Design elements in web or mobile applications can be made more attractive, by applying several elements in human-computer interaction theory based on user segmentation, product knowledge, consumer behavior, latest marketing theories, both in terms of visuals, after-effects, display sets, content, multimedia, lay-out menus on the web or mobile applications. In the recent state development of tourism in Bali, tourism transactions and promotions are already based on E-Tourism using web media and mobile applications. Making it easier for tourists to access information and services related to ticketing, transportation, accommodation and even travel packages. This study uses the User Interface (UI) and User Experience (UX) methods to view usability and web-quality from a web-based E-Tourism websites that promotes tourism in Bali.

Keywords: *User Interface, User Experience, E-Tourism, Information System, Bali Tourism.*

ABSTRAK

User Interface (UI) dan User Experience (UX) adalah dua faktor krusial dalam keberhasilan sistem informasi, terutama aplikasi berbasis web dan aplikasi mobile. Elemen desain dalam web dapat dibuat lebih menarik, dengan menerapkan beberapa elemen dalam teori interaksi manusia-komputer berdasarkan segmentasi user, pengetahuan produk, perilaku konsumen, teori pemasaran terbaru, baik dari segi visual, after-effect, display set, konten, multimedia, lay-out menu di web atau aplikasi mobile. Dalam perkembangan pariwisata di Bali saat ini, transaksi dan promosi pariwisata sudah berbasis E-Tourism dengan menggunakan media web dan aplikasi mobile. Sehingga mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi dan layanan terkait dengan ticketing, transportasi, akomodasi bahkan paket perjalanan wisata. Penelitian ini menggunakan metode User Interface (UI) dan User Experience (UX) untuk melihat usability dan web-quality dari website layanan E-Tourism yang berbasis web yang mempromosikan pariwisata di Bali.

Kata kunci: *User Interface, User Experience, E-Tourism, Sistem Informasi, Pariwisata Bali.*

1. Pendahuluan

E-tourism menggambarkan digitalisasi, optimalisasi dan efektifitas dari proses alur informasi terkait pariwisata. Wisatawan membutuhkan informasi sebelum melakukan perjalanan untuk membantu mereka merencanakan dan memilih di antara opsi opsi promosi dan paket perjalanan, dan juga semakin membutuhkan informasi selama perjalanan seiring tren peningkatan perjalanan wisata. Informasi tentang pariwisata dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk langsung dari agen perjalanan. Namun banyak wisatawan yang memilih untuk menggunakan layanan perantara. Ada beberapa bentuk perantara dalam transaksi pariwisata, Agen perjalanan bertindak sebagai layanan pencarian-dan-buku dan sebagai penasihat bagi pelanggan, membebaskan mereka dari banyak beban mencari produk yang sesuai, dan juga menggunakan pengetahuan dan pengalaman mereka untuk membantu mencocokkan keinginan wisatawan. Operator tur bertindak sebagai konsolidator, mengemas

komponen-komponen perjalanan yang berbeda bersama-sama dan memasarkannya sebagai produk tanpa cacat tunggal. Beberapa organisasi pariwisata pemerintah juga bertindak sebagai perantara, mendistribusikan informasi dan brosur untuk pemasok pariwisata di wilayah mereka. Peran utama dari masing-masing perantara ini adalah untuk memfasilitasi proses pembelian, dan pertukaran informasi adalah kunci untuk fungsi ini. Dengan demikian, pemasok pariwisata harus memberikan masing-masing perantara ini dengan informasi dalam format yang sesuai untuk membantu mereka dalam proses penjualan (O'Connor, 1999).



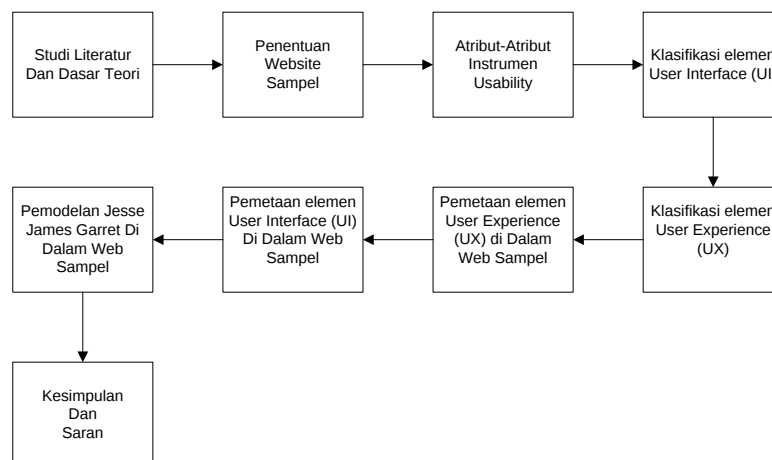
Gambar 1. Konsep E-Tourism

Kebutuhan akan informasi ini diperkuat oleh banyaknya produk dan paket wisata yang ditawarkan secara digital dan tergantung pada representasi dan deskripsi untuk membantu konsumen membuat keputusan pembelian. Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mengubah lingkungan bisnis saat ini, yaitu era ekonomi baru yang bersifat digital. TIK adalah terminologi luas yang mengacu pada beberapa teknologi komunikasi yang berkisar dari yang sederhana dan kompleks yaitu aplikasi Telepon Seluler (SMS), Kamera Digital, Internet, Nirkabel (WiFi dan WiMAN), VOIP, GPS, GIS, Konvergensi (data, suara, media), Radio digital, Teknologi ini menciptakan pasar global baru, yang lebih kompetitif. Dengan e-tourism di dalam e-commerce, pasar memiliki lebih banyak peluang dan kemungkinan daripada sebelumnya. Kemampuan untuk menjangkau khalayak global, memperoleh informasi tentang pariwisata dan melakukan transaksi telah meningkatkan efisiensi ekonomi dan telah membuka pasar barang dan jasa dari negara berkembang.

Dalam layanan e-tourism berbasis web, kompleksitas pemilihan produk pariwisata yang beragam, rute perjalanan, model transportasi, waktu dan akomodasi penginapan membuat ketersediaan informasi yang akurat, terkini, dan relevan sangat penting untuk operasi industri pariwisata yang efisien. Karena itu elemen User Interface (UI) dan User Experience (UX) menjadi krusial di dalam perancangan web yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat aspek-aspek User Interface (UI) dan User Experience (UX) dengan pendekatan usability dan web-quality secara kualitatif dari website layanan E-Tourism yang mempromosikan pariwisata di Bali.

2. Metode

Studi literature mulai dari penentuan web sampel, lalu pemetaan elemen User Interface (UI) dan User Experience (UX) dalam tampilan dalam web, melihat variabel variabel elemen, lalu mengklasifikasi elemen-elemen User Interface (UI) dan User Experience (UX) seperti yang ditunjukkan pada gambar 2:



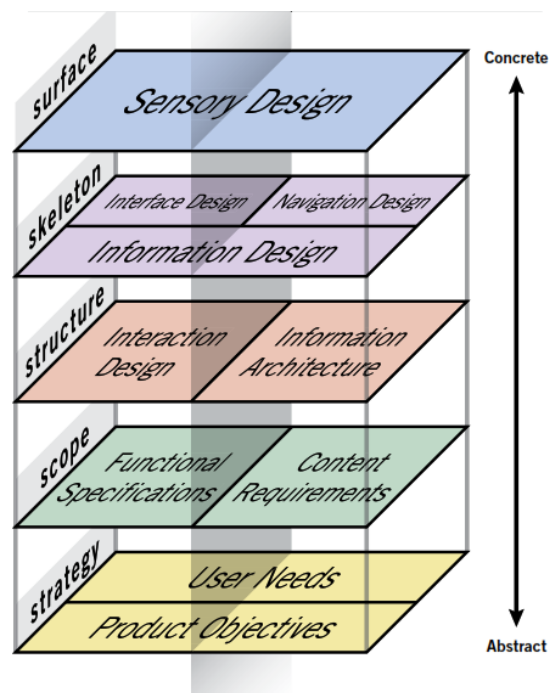
Gambar 2. Studi Literatur Pemetaan dan Pemodelan Elemen-Elemen User Interface (UI) dan User Experience (UX)

Metode penelitian yang dilakukan melalui beberapa tahapan Gambar 2. Dimulai dengan melakukan studi awal yang terdiri dari studi literatur dan studi amatan terhadap beberapa *website E-Tourism* yang mempromosikan wahana-wahana pariwisata di Bali seperti *balisafarimarinepark.com*, *waterbom-bali.com*, *gwkbali.com*. Hasil dari studi awal dijadikan rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan. Kemudian dengan menggunakan pemodelan Jesse James Garret, situs - situs sampel dipetakan elemen- elemen interfacenya secara kualitatif deskriptif untuk melihat apakah sudah memenuhi 5 proses *website* yang ideal menurut Jesse James Garret dengan membagi menjadi 5 bidang yaitu: bidang strategi, bidang lingkup, bidang struktur, bidang rangka, dan bidang permukaan.

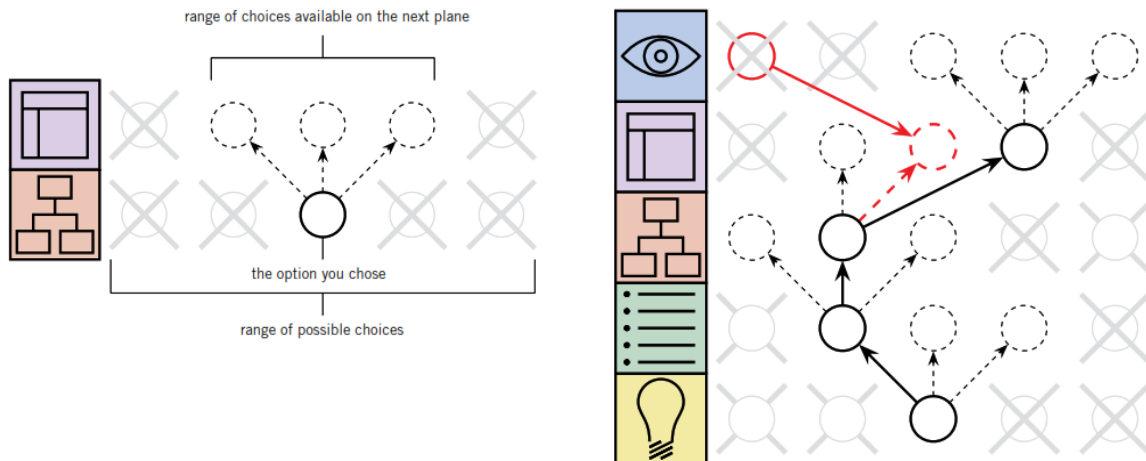
Tabel 01. *Five Plane* Dalam Pemodelan Jesse james Garret

	The Surface Plane (Bidang Permukaan). Di bidang permukaan <i>user</i> akan melihat serangkaian halaman Web, terdiri dari gambar dan teks. Beberapa dari gambar-gambar ini adalah hal-hal yang dapat diakses <i>user</i>, untuk mengakses berbagai macam fungsi seperti membawa Anda ke keranjang belanja. Beberapa gambar dalam situs juga termasuk ilustrasi, seperti foto foto produk untuk dijual atau logo situs itu sendiri.
	The Skeleton Plane Di bawah permukaan situs terdapat : penempatan tombol, kontrol, foto, dan blok teks. Kerangka situs dirancang untuk mengoptimalkan pengaturan elemen-elemen ini untuk efek penggunaan maksimum dan efisiensi dari situs, sehingga <i>user</i> dapat mengingat logo dan dapat menemukan tombol keranjang belanja atau tombol-tombol akses yang lain saat diperlukan.
	The Structure Plane Struktur adalah ekspresi konkret dari struktur abstrak dalam situs tersebut. Struktur mendefinisikan penempatan antarmuka elemen pada halaman checkout situs <i>e-commerce</i>; struktur akan menentukan prosedur

	pengguna sampai ke halaman tersebut dan ke mana <i>user</i> akan diarahkan ketika selesai bertransaksi.
	Struktur dapat mendefinisikan pengaturan elemen navigasi yang memungkinkan <i>user</i> untuk menelusuri kategori produk; karena struktur akan menentukan kategori penempatan produk produknya.
	The Scope Plane Struktur dalam situs menentukan akses berbagai fitur dan fungsi-fungsi situs secara kompatibel dan diakses bersamaan. Berdasarkan fitur dan fungsi dalam ruang lingkup sebuah situs. Sebagai contoh, beberapa situs <i>e-commerce</i> menawarkan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan alamat pengiriman yang digunakan sebelumnya sehingga mereka dapat digunakan lagi. Fitur ini yang disertakan dalam sebuah situs termasuk dalam ranah cakupan.
	The Strategy Plane Ruang lingkup situs secara fundamental ditentukan oleh strategi situs. Strategi ini menggabungkan tidak hanya apa yang dibutuhkan <i>user</i> saat mendatangi sebuah situs, tetapi juga membuat <i>user</i> kembali lagi ke situs tersebut di lain waktu. Beberapa strategi tujuannya sederhana: Pengguna ingin membeli produk, dan situs menjualnya, sehingga dapat menggunakan strategi periklanan atau pemodelan bisnis.



Gambar 3. Tingkatan elemen dari Abstrak ke Konret
Dalam Pemodelan Jesse James Garret.



Gambar 4. *Ripple Effect* dalam pemodelan Jesse James Garret.

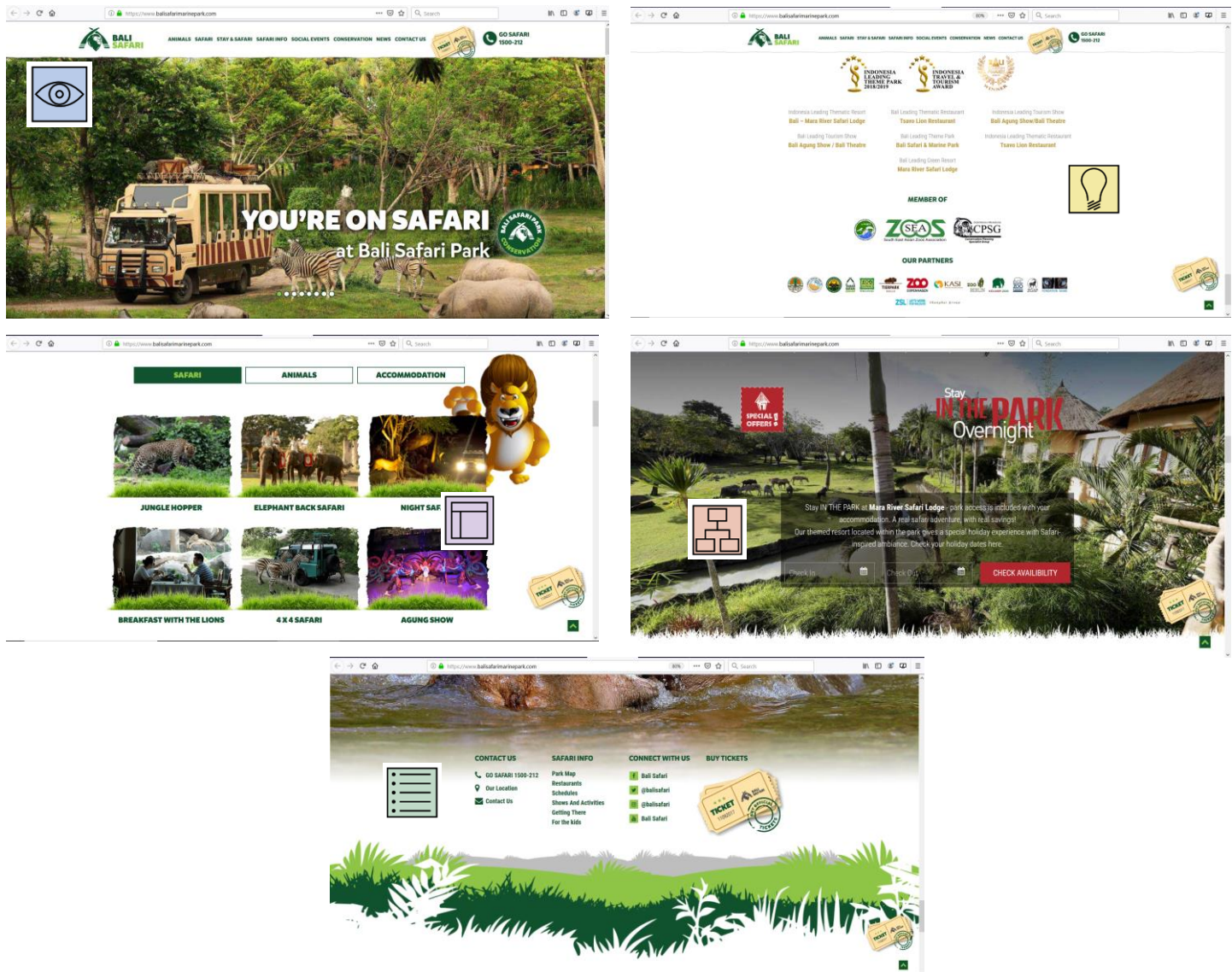
Sehingga pilihan yang dibuat oleh *user* dalam sebuah situs pada setiap elemen *plane* mempengaruhi pilihan yang tersedia untuk *user* di level *plane* berikut satu level di atasnya. *Ripple Effect* (Efek riak) ini membuat *user* memilih opsi berikut pada tingkat yang lebih tinggi akan membutuhkan pemikiran ulang keputusan tentang *plane* yang lebih rendah pada setiap situs dalam setiap sesi *browsing*.

3. Hasil dan Pembahasan

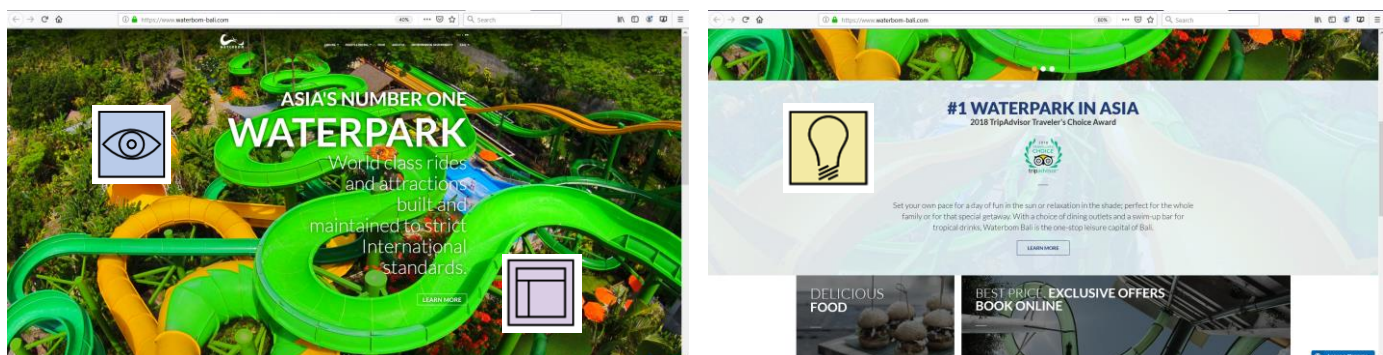
Dari hasil *sampling* dan observasi dari tiga buah situs e-tourism terkait dengan promosi pariwisata di Bali, maka didapatkan sebaran elemen – elemen dari permodelan Jesse James Garret berdasarkan struktur pemodelan situs yang dirancang oleh masing-masing web developernya.

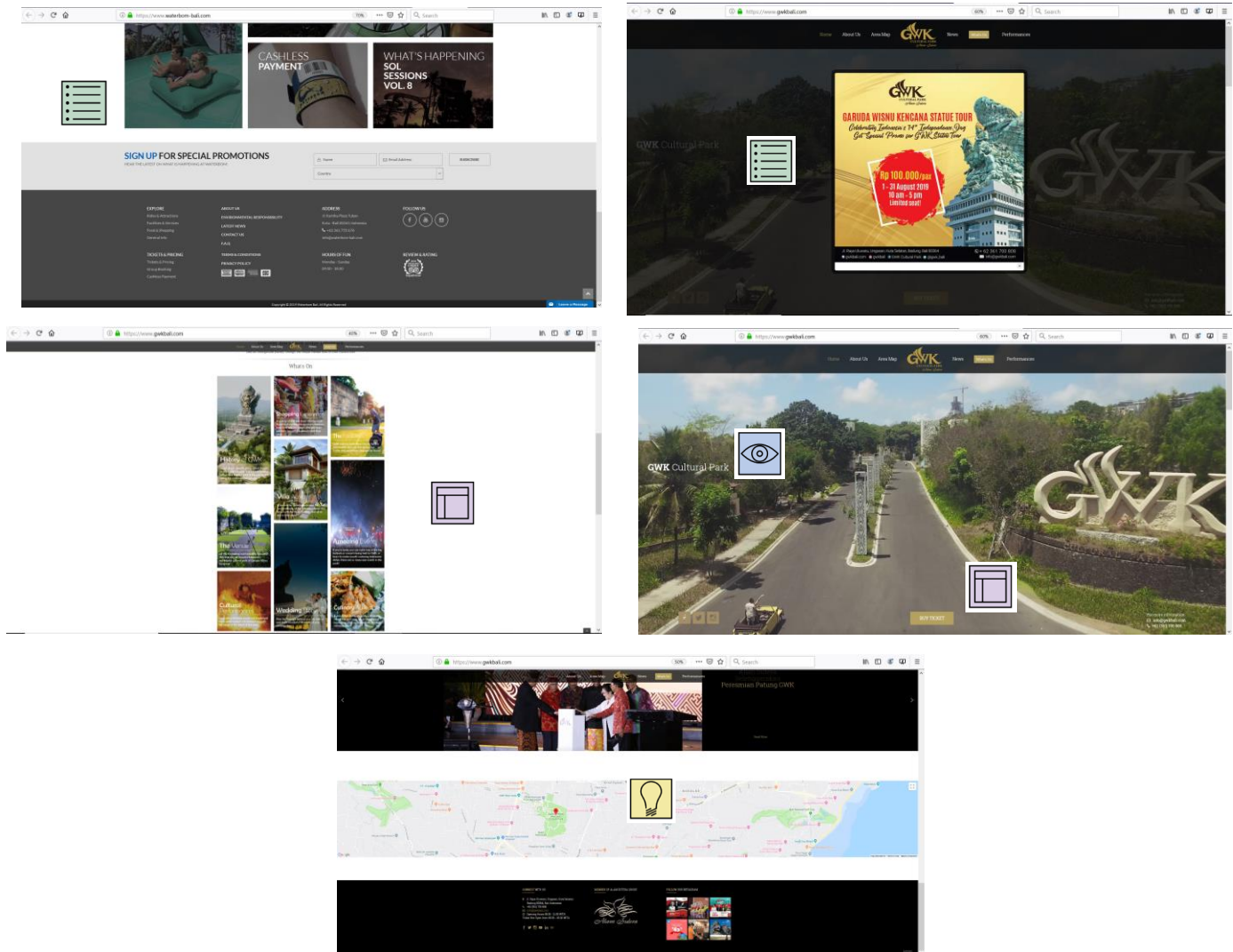
Struktur-struktur ini tersebar dalam beberapa halaman terkait menu-menu dalam situs yang mempunyai fungsi dan spesifikasi tertentu, seperti *booking* tanggal kunjungan, tiket, reservasi *event*. Serta menu-menu yang menampilkan gambar-gambar fasilitas terkait promosi dari wahana tersebut.

Sehingga *Ripple Effect* dari tingkatan-tingkatan *plane* terhadap sebaran elemen-elemen UI dan UX menentukan kepuasan *user* terhadap informasi-informasi yang ditampilkan dalam situs-situs e-tourism terkait dengan promosi pariwisata di Bali.



Gambar 5. Sebaran elemen – elemen UI dan UX berdasarkan masing-masing *plane* dalam pemodelan Jesse James Garret di situs balisafarimarinepark.com





Gambar 6. Sebaran elemen – elemen UI dan UX berdasarkan masing-masing *plane* dalam pemodelan Jesse James Garret di situs waterbom-nali.com dan gwkbali.com

4. Simpulan

Dalam presentasi ini konsep dasar *user experience*, *user interface*, *web-quality* dan *usability* dibahas secara kualitatif dalam hubungannya dengan desain komunikasi visual. Konsep UX memiliki dimensi yang begitu luas, baik dari sisi psikologis, sisi pemikiran, sisi fisiologis, promosi digital, budaya, sampai teknis dan eksekusi seperti programing, perancangan perangkat lunak, dan aspek -aspek yang belum disentuh dalam presentasi ini. Desain sebagai salah satu faktor krusial depan dalam user interface kini dituntut lebih kreatif, serta inovatif proses perancangannya lewat bidang-bidang tadi. Untuk itu penelitian lebih lanjut terhadap proses pembelajaran UX yang terintegrasi dan efisien sangatlah diperlukan.

Daftar Rujukan

- Delice EK, Gungor Z. 2009. *The Usability Analysis with Heuristic Evaluation And Analytic Hierarchy Process*. *International Journal of Industrial Ergonomic*.39:6.
- Garret, J. J. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition*. Peachpit, a division of Pearson Education, New Riders, e United States of America.
- International Organization for Standardization (ISO) Switzerland. SO FDIS 9241-210. [2009]. *Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive systems (formerly known as 13407)*
- King, D. L. 2008. *Designing the digital experience: How to use experience design tools and techniques to build websites customers love*. New Jersey: Cyber Age Books.
- Kim, W.G., Lee C., Hiemstra, S.J. 2004 Effects of an online community on customer loyalty and travel product purchases, *Tourism Management*, Vol.25 (3), June, 343-355.
- Kozinets, R.V. 1999 E-tribes and marketing: virtual communities of consumption and their strategic marketing implications, *European Management Journal*, 17 (3), pp.252-264.
- Lafferty, G. van Fossen, A. 2001 Integrating the tourism industry: problems and strategies, *Tourism Management*, Volume 22, Issue 1, February 2001, Pages 11-19
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. 2003. *Universal principles of design*. Massachussets, US: Rockport Publisher.
- Wastell, D. (1990). *Mental effort and task performance: Towards a psycho physiology of human computer interaction*. In Proceedings of the IFIP INTERACT '90 third international conference on human-computer interaction, Cambridge, UK, 27-31 August, 107-112.
- Wilson, C. 2010. *User experience re-mastered. your guide to getting the right design*. Michigan, US: Morgan Kaufmann.

www.balisafarimarinepark.com
www.waterbom-bali.com
www.gwkbali.com