**SKRIPSI**

**Perancangan Ulang *User Interface* *Landing Page* SIOTP.COM**

**Bab 1 Pendahuluan**

* 1. **Latar Belakang**

*Landing page* adalah halaman web di mana pengunjung internet pertama kali datang saat mereka akan melakukan tindakan penting yang diinginkan di sebuah situs web. (Tim Ash, Maura Ginty, Rich Page., 2012). *Landing page* dapat diartikan sebagai sebuah halaman web spesifik yang dirancang untuk menerima kunjungan dari pengguna yang mengklik tautan (*link*) dalam sebuah iklan, email pemasaran, atau sumber lalu lintas online lainnya, yang bertujuan agar setiap pengunjung pada web tersebut dapat melakukan sebuah tindakan tertentu seperti mengisi formulir, melakukan registrasi, atau melakukan sebuah transaksi. *Landing page* yang dirancang dengan baik memiliki kemampuan untuk menarik perhatian pengunjung dan memotivasi mereka untuk mengambil tindakan yang diinginkan.

*User interface* atau antarmuka pada web adalah solusi standar yang sering digunakan untuk mengembangkan aplikasi web. (Khalid Mahmood., 2018). Mengacu pada fakta bahwa *user interface* pada web telah menjadi standar yang umum digunakan oleh pengembang dalam proses pengembangan aplikasi web. Ini berarti bahwa hampir semua aplikasi web menggunakan *user interface* sebagai sarana utama untuk berinteraksi dengan pengguna. *User interface* yang dirancang dengan baik, termasuk dalam desain *landing page*, dapat berperan penting dalam meningkatkan kemungkinan konversi. Ini karena *user interface* yang baik dapat menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan, memudahkan navigasi, dan menonjolkan elemen-elemen yang penting untuk tujuan konversi, seperti tombol tindakan *(call-to-action).* Dengan demikian, melakukan optimasi pada desain *landing page* dan menggunakan prinsip-prinsip *user interface* yang efektif, pengembang dapat meningkatkan kemungkinan bahwa pengunjung akan melakukan konversi, seperti membeli produk atau mendaftar layanan.

Terdapat perbedaan antara pengunjung (*visitor*), pengguna (*user*), dan pelanggan (*customer*). Pengunjung atau *visitor* adalah individu yang mengakses sebuah situs web dengan tujuan untuk mencari informasi tanpa melakukan interaksi yang lebih dalam, seperti berlangganan *newsletter*, membuat akun pengguna, atau melakukan pembelian produk. Sementara itu, pengguna atau *user* merujuk kepada individu yang telah mengunjungi situs web tersebut dan melakukan proses registrasi, sehingga mereka terdaftar di situs tersebut. Pelanggan (*customer*) adalah individu yang telah mengunjungi situs web tersebut, mendaftar, dan melakukan transaksi di dalamnya.

*Landing page* memiliki peran signifikan dalam mengubah pengunjung menjadi pengguna, oleh karena itu, diperlukan *landing page* dengan tingkat konversi yang tinggi. Terdapat beberapa faktor yang menunjukkan apakah sebuah *landing page* memiliki tingkat konversi yang tinggi atau rendah, termasuk kejelasan tata letak, penempatan yang menonjol dari tombol panggilan tindakan *(call-to-action)*, pemilihan desain yang sesuai dengan konten yang disajikan, dan responsif terhadap berbagai ukuran perangkat yang digunakan oleh pengunjung. Sehingga perlu mengambil langkah untuk melakukan proses optimalisasi apabila sebuah situs web belum memenuhi standar yang telah diuraikan. Dengan menerapkan analisis data, uji A/B testing, optimisasi SEO, peningkatan kecepatan pemuatan, dan penyesuaian responsifitas, bersama dengan pembuatan tombol panggilan tindakan (*call-to-action*) yang menarik.

Dalam konteks ini, perancang berfokus pada optimalisasi antarmuka pengguna pada *landing page* situs SIOTP.COM dengan tujuan meningkatkan nilai konversi pengunjung. SIOTP merupakan produk dari PT. Arima Digital yang menawarkan layanan nomor virtual dengan kemudahan tanpa memerlukan kartu SIM fisik yang berguna untuk keperluan registrasi pada aplikasi atau situs web tertentu. SIOTP menggunakan *landing page* sebagai halaman awal yang dikunjungi oleh pengunjung setelah melakukan klik melalui hasil pencarian Google atau iklan pada Google Ads. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait layanan yang disediakan dan diharapkan agar pengunjung dapat melakukan proses registrasi pada *landing page* situs SIOTP.

Dalam jangka waktu antara November 2023 hingga Januari 2024, tercatat bahwa tingkat konversi pada layanan SIOTP berkisar antara 31,47% hingga 33,16%, yang berasal dari sumber lalu lintas Google Ads. Melalui perhitungan internal perusahaan, optimisasi pada landing page SIOTP, terutama pada *hero section*, diyakini mampu meningkatkan conversion rate sebesar 3% hingga 5% pada bulan berikutnya. Oleh karena itu, penekanan dalam perancangan ini difokuskan pada peningkatan conversion rate dengan mengimplementasikan strategi optimasi pada landing page situs web SIOTP.COM.

Setelah meneliti masalah yang telah diidentifikasi, perancang menyimpulkan bahwa terdapat beberapa area yang memerlukan peningkatan, khususnya pada elemen antarmuka pengguna dari landing page situs SIOTP saat ini. Pemilik perusahaan telah menyetujui untuk melakukan optimasi pada landing page SIOTP.COM, terutama pada bagian utama *(hero section)* dari situs tersebut. Fokus utama dari optimasi ini adalah untuk meningkatkan tingkat konversi pengunjung melalui penyempurnaan tata letak, desain visual, dan navigasi yang lebih intuitif pada antarmuka landing page SIOTP.COM. Dengan langkah-langkah optimasi ini, perancang bertujuan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik, memastikan pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka perlukan, dan mendorong mereka untuk melakukan tindakan registrasi.

* 1. **Pertanyaan Perancangan**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam perancangan ini adalah:

1. Bagaimana cara merancang ulang user interface landing page SIOTP.COM
   1. **Batasan perancangan**

Batasan masalah dalam perancangan ini antara lain sebagai berikut:

1. Fokus perancangan akan terpusat pada pengembangan dan proses mendesain antarmuka pengguna (user interface) dari landing page situs SIOTP.COM, yang meliputi bagian-bagian seperti header dan bagian utama (hero section), bagian fitur (features section), bagian tentang kami (about us section), bagian tanya jawab (faq section), dan bagian kaki halaman (footer section).
2. Pendekatan perancangan yang akan digunakan oleh perancang adalah metode design thinking.
   1. **Tujuan dan manfaat**
3. **Tujuan**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan nilai konversi dari pengunjung (visitor) menjadi pengguna (user) dengan melakukan optimasi berupa perancangan ulang pada user interface landing page SIOTP.COM

1. **Manfaat**
2. **Manfaat Teoritis**

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur mengenai strategi dalam meningkatkan nilai konversi dengan melakukan optimalisasi landing page.

1. **Manfaat Praktis**

Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi PT Arima Digital dalam meningkatkan nilai konversi pada pengunjung SIOTP.COM, serta dapat menjadi landasan bagi perusahaan lain dalam mengoptimalkan desain user interface pada sebuah website landing page sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan.

* 1. **Kerangka perancangan**

**Bab II Landasan Teori dan Sumber Penciptaan**