

## BAB II DATA DAN ANALISIS

### A. Data Objek

#### 1. Sejarah Gereja Ganjuran

##### a. Gereja Ganjuran Bangunan Lama

Pertama kali, pada tahun 1924, keluarga Schmutzer memulai pembangunan Gereja Ganjuran. Gereja ini menjadi gereja Katolik pertama di Kabupaten Bantul. Awalnya, pembangunan gereja ini dipicu oleh kebutuhan para karyawan pabrik gula dan masyarakat sekitar Ganjuran. Seperti terlihat pada *website* Gereja Ganjuran.



Gambar 2 Gereja ganjuran lama  
(sumber: <https://www.starjogja.com/2017/12/23/ganjuran-gereja-katolik-pertama-di-bantul/>)

##### b. Gereja Ganjuran Bangunan Baru

Sabtu, tanggal 27 Mei 2006, Ganjuran mengalami dampak dari gempa bumi yang melanda sebagian besar wilayah Bantul, Yogyakarta, dan sekitarnya. Akibatnya, bangunan Gereja Ganjuran mengalami kerusakan parah di seluruh bagian, untuk memulihkan Gereja, dilakukan pembangunan kembali bangunan tersebut. Pembangunan gedung Gereja pasca gempa dimulai pada bulan Januari 2009.

Dalam pembangunan ulang, bangunan Gereja Ganjuran yang baru didesain dengan bentuk Joglo yang mirip dengan bangunan di Keraton Yogyakarta. Joglo adalah gaya arsitektur tradisional Jawa yang memiliki atap limasan yang khas. Gaya arsitektur Joglo dipilih untuk menggambarkan kekayaan budaya dan nilai-nilai lokal dalam pembangunan gereja yang baru. Nugroho, (2016).



Gambar 3 Suasana di dalam Gereja Hati Kudus Yesus di Ganjuran saat ini  
(sumber: <https://inibaru.id/adventurial/di-gereja-ganjuran-yogyakarta-yesus-terwujud-dalam-wajah-Jawa>)

## 2. Sejarah Candi Ganjuran

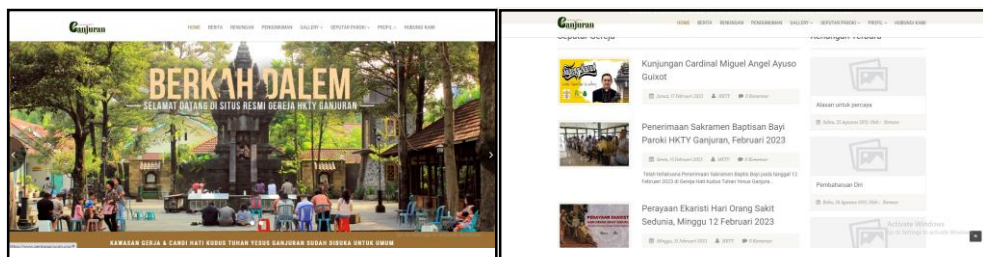
Candi ini dibangun oleh Schmutzer bersaudara pada tahun 1927, tepatnya 2 tahun setelah pembangunan Gereja Ganjuran. Awalnya, tujuan pembangunan Candi ini adalah sebagai monumen untuk menghormati keberhasilan pabrik gula (Gondanglipuro) milik keluarga Schmutzer dalam melewati krisis ekonomi global yang terjadi pada saat itu. Banyak pabrik gula pada masa itu mengalami kebangkrutan, namun pabrik gula Gondanglipuro milik keluarga Schmutzer berhasil bertahan. Pembangunan Candi Ganjuran oleh Schmutzer juga merupakan ungkapan rasa syukur keluarga tersebut kepada Tuhan Yesus dengan menggunakan bentuk kebudayaan Jawa. Pada tanggal 26 Desember 1927, dilakukan peletakan batu pertama dalam pembangunan Candi Ganjuran. Selain itu, patung Hati Kudus Yesus berukuran 75cm yang merupakan bagian dari kebudayaan Jawa juga diberkati dan ditanam di bawah Candi, dan hingga kini masih berada di sana. Seperti terlihat pada *website* Gereja Ganjuran.



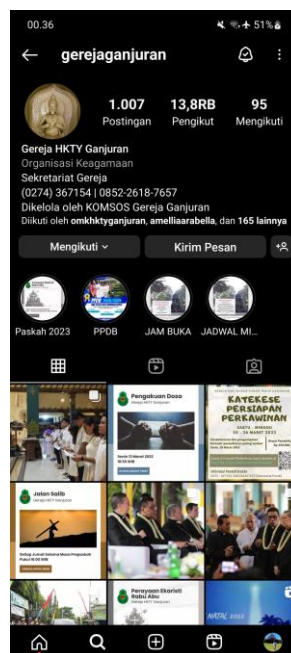
Gambar 4 Candi HKTY Ganjuran  
(sumber: <https://wisato.id/wisata-budaya/melihat-gereja-ganjuran-gereja-katolik-pertama-di-bantul/>)

### 3. Media Sosial Candi dan Gereja Ganjuran

Candi dan Gereja Ganjuran saat ini sudah mempunyai sosial media yang dikelola oleh tim Candi dan gereja Ganjuran yaitu *Website* dan juga *Instagram*. Kedua media sosial tersebut untuk saat ini digunakan oleh pihak Candi dan Gereja Ganjuran sebagai media informasi, akan tetapi pada kondisi saat ini sosial media yang digunakan masih sangat kurang efektif. Contoh untuk *website* Candi dan Gereja Ganjuran sangat jarang dilakukan *update* informasi serta jarang dilakukan *maintenance* terhadap *website* tersebut sehingga menimbulkan minimnya informasi serta fitur yang terdapat pada *website* tersebut. *Instagram* Candi dan Gereja Ganjuran untuk saat ini masih lumayan sering melakukan *update* berupa foto ataupun video, akan tetapi konten yang di *update* oleh *instagram* Candi dan Gereja Ganjuran tersebut kebanyakan hanya berisi konten yang berkaitan dengan informasi peribadahan.



Gambar 5 Tampilan website Candi dan Gereja Ganjuran  
(sumber: <https://www.gerejaganjuran.org/>)



Gambar 6 Tampilan sosial media instagram Candi dan Gereja Ganjuran  
(sumber: <https://www.instagram.com/gerejaganjuran/>)

## B. Analisa Objek Dan *Target Audiens*

### 1. Analisis SWOT

#### a. *Strengths* (Kekuatan)

Keunggulan atau kekuatan dari Candi dan Gereja Ganjuran adalah:

1. Candi dan Gereja Ganjuran adalah tempat Ibadah, Ziarah, dan Wisata rohani yang pertama dibangun di Bantul dengan corak Budaya Jawa,
2. Candi dan Gereja Ganjuran memiliki nilai sejarah yang sangat kuat.
3. Tidak banyak di Indonesia Gereja serta tempat wisata rohani yang menjadi 1 kompleks,
4. Gereja Ganjuran adalah satu-satunya Gereja di Indonesia bahkan di dunia yang memiliki Candi.
5. Adanya *Instagram* dan juga *Website* sebagai media pendukung informasi

#### b. *Weakness* (Kelemahan)

Beberapa Kelemahan dari Candi dan Gereja Ganjuran:

1. Karena dibalut dengan nama Gereja , Candi dan Gereja Ganjuran saat ini dikenal oleh masyarakat sebagai tempat beribadah , wisata, dan peziarahan yang merujuk hanya Agama Katolik saja.
2. Kelemahan lainnya adalah Candi dan Gereja Ganjuran bukan tempat wisata bernuansa religi satu-satunya yang berada di wilayah Yogyakarta.
3. Kelemahan dari *Instagram* dan *Website* adalah data dan informasi yang berada di dalamnya belum lengkap.

#### c. *Opportunities* (Kesempatan)

Peluang atau kesempatan yang ada pada Candi dan Gereja Ganjuran:

1. Tren atau kebiasaan berwisata rohani masih sangat tinggi.
2. Banyaknya anak muda yang mengunjungi Candi dan Gereja Ganjuran sebagai tempat *healing* atau tempat untuk mencurahkan isi hati kepada Tuhan.
3. Mulai digunakanya aplikasi untuk tempat-tempat wisata yang ada saat ini khususnya tempat wisata rohani.

d. *Threats* (Ancaman)

Beberapa ancaman yang ada pada perancangan antarmuka Candi dan Gereja Ganjuran yaitu:

1. Banyaknya pilihan tempat wisata rohani di Yogyakarta yang memiliki tempat lebih strategis dan memiliki pemandangan alam yang bagus daripada Candi dan Gereja Ganjuran.

## 2. Analisis Target Audiens

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan.

Usia : 20 -35 Tahun.

Pendidikan : SMA, KULIAH, dan PEKERJA.

Pekerjaan : Segala macam profesi.

Status Sosial : Menengah atas.

b. Geografis

Primer : Masyarakat Katolik di Yogyakarta khususnya wilayah Bantul.

Sekunder : Seluruh Peziarah yang berkunjung ke Candi dan Gereja Ganjuran.

c. Psikografis :

*Behavior* (tingkah laku)

a. Pengguna perangkat *mobile* aktif

Hal ini dipilih menjadi target audiens yang utama karena perancangan ini sangat erat hubungannya dengan perangkat *mobile* tersebut, karena ketika tidak punya atau bukan pengguna aktif perangkat *mobile* mereka tidak akan menjadi target audiens.

b. Suka terhadap tempat peziarahan dan juga nilai historis sebuah tempat

Target audiens yang dipilih adalah mereka yang suka atau tertarik pada tempat ziarah dan juga tempat yang memiliki nilai historis. Seseorang yang suka terhadap tempat tempat ziarah dan nilai historisnya diharapkan akan sangat terbantu dengan di adakanya perancangan ini, karena pada perancangan aplikasi Candi dan Gereja Ganjuran dengan metode UI/UX

ini didalamnya akan banyak memuat berbagai informasi dan juga akan membahas lebih detail tentang Gereja dan Candi Ganjuran.

#### *Habits* (kebiasaan)

- a. Suka meluangkan waktu untuk berlibur khususnya ke sebuah tempat ziarah  
Dapat dilihat pada target audiens yang suka meluangkan waktunya untuk berlibur khususnya ke tempat ziarah akan dapat terbantu ketika mereka tidak bisa meluangkan waktunya untuk berlibur akan terbantu juga dengan adanya perancangan ini sebab dengan adanya perancangan ini target audiens dapat melihat dulu apa saja yang terdapat pada tempat yang akan di kunjungi dalam perancangan aplikasi Candi dan Gereja Ganjuran ini. Setidaknya akan mengurangi atau mengobati rasa sedih mereka akibat belum bisa berkunjung.
- b. Suka akan kepraktisan  
Target audiens yang menyukai kepraktisan diharapkan bisa terbantu dengan adanya perancangan aplikasi Candi dan Gereja Ganjuran ini karena di dalam perancangan ini nantinya diharapkan akan menghasilkan sebuah aplikasi yang bisa sangat diakses dengan perangkat *mobile* mereka masing-masing serta akan terdapat berbagai informasi yang lengkap dalam satu tempat tempat harus membuka lebih dari satu aplikasi.

#### *Emotion* (Emosi)

- a. Mempunyai pola pikir yang *visioner*  
Hal ini akan menjadi sangat penting untuk target audiens perancangan aplikasi *mobile* Candi dan Gereja Ganjuran dengan metode UI/UX sebagai media informasi karena pada saat ini kita harus mengikuti perkembangan teknologi dan harus *visioner* karena pada akhirnya semua informasi yang di butuhkan untuk peziarah maupun wisatawan seharusnya akan lebih mudah diakses dengan menggunakan aplikasi berbasis UI/UX ini daripada harus mencari informasi ke berbagai sumber lainnya.
- b. Memiliki antusiasme yang tinggi terhadap perkembangan teknologi saat ini  
Target audiens yang memiliki antusiasme tinggi terhadap perkembangan teknologi saat ini tentu akan dengan mudah memahami dan mengoperasikan aplikasi Candi dan Gereja Ganjuran dengan metode

UI/UX ini dikarenakan perancangan ini akan sangat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada saat ini.

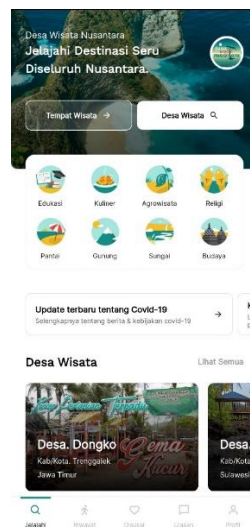
Kesimpulan berdasarkan SWOT yang telah didapatkan ada beberapa kelemahan dari objek Candi dan Gereja Ganjuran itu sendiri sebagai objek perancangan yang diambil, beberapa kelemahannya yaitu karena dibalut dengan nama Gereja, Candi dan Gereja Ganjuran sering dianggap oleh masyarakat hanya diperuntukan untuk satu agama saja yaitu Katolik. Selain itu juga Candi dan Gereja ganjuran sebagai tempat wisata rohani di wilayah Yogyakarta bukan yang satu-satunya tetapi masih banyak lagi tempat wisata rohani di Yogyakarta. Kelemahan lainya yaitu dari segi sosial media yang dimiliki oleh Candi dan Gereja Ganjuran, *Instagram* dan *Website* yang belum lengkap memuat berbagai data informasi ataupun fitur yang terdapat di dalamnya. Akan tetapi dari berbagai kelemahan tersebut dalam perancangan ini Candi dan Gereja Ganjuran juga memiliki beberapa peluang yang bisa mendukung skripsi perancangan antarmuka aplikasi *mobile* Candi dan Gereja Ganjuran sebagai media informasi ini. Beberapa peluangnya yaitu Candi dan Gereja Ganjuran masih sangat banyak dikunjungi peziarah khususnya anak muda yang mana itu setiap peziarah yang datang ke Candi dan Gereja Gnajuran pastinya memposting sesuatu berkaitan dengan Candi dan Gereja Ganjuran dan itu bisa menjadi media informasi gratis untuk masyarakat lebih luas lagi, dan juga pada saat ini untuk tren berwisata rohani masih sangat digemari oleh masyarakat sebagai sarana *healing* dari kehidupan sehari-hari.

## C. Referensi Perancangan

Dalam Perancangan antarmuka Candi dan Gereja Ganjuran dengan metode UI/UX ini terdapat beberapa referensi perancangan yang dipilih:

### 1. Aplikasi (DESA WISATA NUSANTARA)

Referensi perancangan yang pertama yaitu aplikasi (DESA WISATA NUSANTARA). Aplikasi ini dijadikan referensi karena pada aplikasi ini memuat berbagai fitur yang terbilang lengkap karena memuat berbagai fitur yang bisa diakses dan memberikan informasi secara detail terkait hal-hal yang berkaitan dengan wisata mulai dari kuliner sampai penjelasan budaya.



Gambar 7 Tampilan antarmuka aplikasi desa wisata nusantara  
(sumber:[https://play.google.com/store/apps/details?id=desa\\_wisata\\_nusantara.go.desa\\_wisata\\_nusantara](https://play.google.com/store/apps/details?id=desa_wisata_nusantara.go.desa_wisata_nusantara))

### 2. Aplikasi (AGODA)

Referensi berikutnya dalam perancangan antarmuka aplikasi Candi dan Gereja Ganjuran yaitu aplikasi (AGODA). Aplikasi ini merupakan aplikasi pemesanan berbagai macam tiket mulai dari tiket hotel sampai pesawat. Aplikasi ini dijadikan referensi karena antarmuka aplikasi Agoda yang simpel dan mempunyai warna yang menarik, yang nantinya bisa diterapkan pada perancangan antarmuka Candi dan Gereja Ganjuran yang akan dibuat.

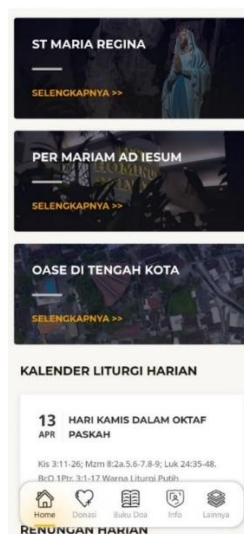




Gambar 8 Tampilan antarmuka aplikasi agoda  
 (sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.agoda.mobile.consumer>)

### 3. Aplikasi (GUA MARIA MOJOSONGO)

Aplikasi (GUA MARIA MOJOSONGO) merupakan salah satu aplikasi tempat peziarahan yang sudah dapat di unduh pada *playstore*. Aplikasi ini menjadi referensi karena aplikasi ini merupakan aplikasi yang memiliki tema tentang tempat peziarahan, yang kurang lebih mirip dengan perancangan antarmuka aplikasi mobile Candi dan Gereja Ganjuran yang akan dibuat. Beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi Gua Maria Mojoso ini juga dapat menjadi referensi yang akan di masukan kedalam perancangan antarmuka aplikasi *mobile* Candi dan Gereja Ganjuran, salah satu contoh fitur yang akan dipakai adalah fitur donasi, yang darimana itu fitur donasi sangat penting karena bisa mendukung keberlangsungan dan pengembangan Candi dan Gereja Ganjuran.



Gambar 9 Tampilan antarmuka aplikasi gua maria mojosongo  
 (sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mojosongo.gumar>)

## D. Landasan Teori

### 1. Aplikasi

Aplikasi telah menjadi bagian yang sangat akrab dalam kehidupan masyarakat saat ini, dimana hampir semua pengguna perangkat *mobile* menggunakan berbagai macam aplikasi dalam penggunaan sehari-hari. Aplikasi tersebut dapat berupa aplikasi hiburan seperti *game*, maupun aplikasi yang membantu dalam pekerjaan sehari-hari. Pengertian aplikasi menurut Juansyah (2015), aplikasi adalah suatu program yang digunakan atau dibuat untuk melaksanakan fungsi tertentu bagi pengguna aplikasi. Menurut kamus *computer* eksekutif, aplikasi juga dapat diartikan sebagai suatu solusi atau pemecahan masalah dengan menggunakan teknik pemrosesan data. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, aplikasi didefinisikan sebagai penerapan dari sistem yang dirancang untuk mengolah data dengan menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu. Dengan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan program yang dirancang dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam melaksanakan suatu fungsi atau memecahkan masalah tertentu dengan menggunakan teknik pemrosesan data sesuai dengan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman yang digunakan.

### 2. Aplikasi *Mobile*

Menurut Simamora (2021) aplikasi *Mobile* adalah sebuah aplikasi yang terdapat pada perangkat seperti PDA(*personal digital assistant*), telepon seluler atau *Handphone*. Dengan aplikasi *mobile*, bisa melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya dimana saja dan kapan saja.

### 3. *User Interface (UI) & User Experience (UX)*

Secara umum *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* adalah sebuah komponen yang sangat penting untuk berbagai macam aplikasi, *website*, ataupun berbagai *platform* berbasis *online* lainnya. Menurut Kurniawan, Romzi (2022) UI/UX adalah sebuah tampilan aplikasi maupun alat pemasaran digital berbentuk *website* ataupun berbentuk aplikasi yang bisa meningkatkan mutu atau pemasaran sebuah *brand* menjadi lebih baik. UI/UX juga sangat memungkinkan untuk menarik pengguna untuk lebih mengeksplorasi lagi sebuah *platform*.

#### a. *User Interface (UI)*

*User Interface (UI)* Menurut Ramadano, dkk (2022) adalah desain antarmuka dengan berfokus pada tampilan dan gaya. Keindahan sebuah tampilan juga pemilihan warna harus sangat diperhatikan oleh *designer*, bertujuan agar tampilan *website* atau aplikasi menjadi lebih indah sehingga pengguna merasa betah berlama-lama dalam menggunakan *website* maupun aplikasi tersebut. *User Interface (UI)* ini biasanya diimplementasikan oleh *User Experience (UX)*.

#### b. *User Experience (UX)*

*User Experience (UX)* merupakan sebuah proses mendesain dengan menggunakan metode pendekatan pengguna. Dengan digunakannya metode pendekatan ini, bisa menciptakan sebuah produk yang sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhan pengguna. Produk yang mempunyai desain UX baik akan membuat pengguna merasakan kenyamanan juga pengguna akan merasa senang dan mudah dalam menggunakan produk dengan desain UX yang baik. Ramadano, dkk (2022)

### 4. *Wireframe*

*Wireframe* adalah sebuah tahapan yang sangat penting diperhatikan dalam pembuatan aplikasi maupun *website*, pengertian *wireframe* menurut Hartawan (2022) *wireframe* adalah sebuah desain kerangka awal sebelum sebuah antarmuka aplikasi atau *website* dibuat. Sedangkan menurut Wardana (2016) *wireframe* itu sendiri adalah metode desain antarmuka berbentuk kerangka gambar, dan juga panduan visual yang menggambarkan struktur pada aplikasi.



Gambar 10 Gambar wireframe  
(sumber: <https://accurate.id/teknologi/wireframe/>)

### 5. *Figma*

*Figma* adalah salah satu *design tool* yang biasanya digunakan oleh *designer* untuk membuat sebuah tampilan aplikasi *mobile*, *desktop*, *website* dan lain-lain. *Figma* juga banyak digunakan oleh pekerja khususnya dibidang UI/UX, web desain dan berbagai bidang yang sejenis. Albert, dkk (2021). Dalam perancangan antarmuka aplikasi *mobile* Candi dan Gereja Ganjuran dengan metode UI/UX

sebagai media informasi ini penulis menggunakan aplikasi *figma*. Selain karena aplikasi ini dapat diakses secara gratis, dan mempunyai fitur lengkap *figma* ini juga mudah dalam penggunaannya, juga *figma* memiliki sebuah keunggulan dimana sebuah desain dapat dikerjakan bersama dalam satu waktu sehingga banyak UI/UX *designer* yang memilih untuk menggunakan *figma* ini.

## 6. *Layout*

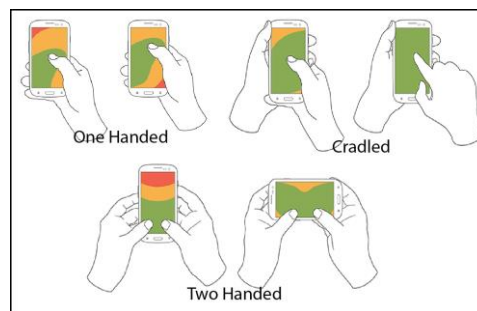
Istilah *Layout* tentu sudah sangat sering didengar. *Layout* adalah sebuah kunci kesuksesan dari sebuah desain, dengan *layout* yang menarik dan efektif membuat *user* dapat dengan mudah memahami dari konten dan desain yang telah dibuat. Rheny (2022). Definisi *layout* adalah desain tata letak, sedangkan arti *layout* sendiri yaitu sebuah susunan, rancangan, atau tata letak sebuah elemen yang didesain untuk bisa ditempatkan dalam suatu bidang yang telah direncanakan sistemnya terlebih dahulu. Isi dari *layout* itu sendiri antara lain meliputi:

- a. Teks (*text*) : Judul, *Heading*, dan paragraf. Elemen ini harus ditata sedemikian rupa agar mudah dibaca.
- b. Gambar (*image*) : Foto atau visual lainnya, seperti ilustrasi, membantu memecah teks dan memberikan pesan tertentu.
- c. Garis (*line*) : digunakan untuk membagi bagian perbagian. juga bisa digunakan untuk menambahkan penekanan pada teks.
- d. Bentuk (*shape*) : Bila digunakan dengan baik, bentuk menambahkan berbagai makna pada tata letak. Persegi panjang dan lingkaran adalah yang paling umum, tetapi banyak cara untuk berkreasi dengan bentuk, sehingga menghasilkan *layout* yang baik.
- e. Ruang Putih (*white space*) : Berguna untuk menambahkan ruang di antara bagian-bagian tata letak mencegah pengguna kewalahan atau lelah saat melihat desain yang sibuk.

## 7. *Thumbzone*

Membuat sebuah aplikasi *mobile* tentunya memiliki tantangan tersendiri. Banyak hal yang perlu di perhatikan salah satunya adalah mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh perangkat keras itu sendiri, Faktor layar yang cenderung kecil ini menjadi pertimbangan dalam mendesain sebuah aplikasi. Apalagi sebagian besar perangkat *mobile* saat ini menggunakan teknologi layar *touchscreen* untuk mengoperasikannya, yang dimana itu sangat penting

diperhatikan dalam memilih *icon* yang harus dimasukkan, dimana *icon* akan diletakan, dan apa saja konten yang harus berada dalam layar. Poin-poin itulah yang menjadikan tantangan dalam mendesain sebuah aplikasi *mobile*. Mendesain aplikasi *mobile* yang baik, harus dipikirkan bagaimana nantinya *user* dapat berinteraksi dengan aplikasi yang dibuat. Dari hasil penelitian ada 3 kebiasaan yang dilakukan *user* dalam memegang perangkat *mobile* nya yaitu ada yang menggunakan 1 tangan dan 1 jari untuk input biasa disebut (*one handed*), ada juga yang menggunakan 2 tangan dan 1 jari untuk input (*cradled*), dan yang terakhir dengan menggunakan 2 tangan dan 2 jari sebagai input (*two handed*). Dengan presentasi sebagai berikut *one handed* 49%, *cradled* 36%, dan *two handed* 15%. Mengingat *one handed* memiliki presentase paling besar maka sangat penting memikirkan bagaimana mendesain aplikasi yang mudah digunakan oleh *one handed user*.



Gambar 11 Teori Thumbzone

(sumber: <https://ardisaz.com/2014/07/22/ux-thumb-zone-panduan-untuk-membuat-ui-mobile-apps/#prettyPhoto>)

Adapun teori dalam mendesain aplikasi *mobile* agar tombol atau konten yang dibuat mudah diakses user yaitu *Thumbzone*. *Thumbzone* ini mengatur tentang peletakan *icon* yang mudah dijangkau oleh *user*, atau jika ada *button/icon* yang jarang dipencet akan diletakan ditempat lain. Hal ini akan sangat membantu dalam memilih *icon* atau konten prioritas dan penting yang akan dimasukkan kedalam layar yang sangat terbatas.



Gambar 12 Teori Thumbzone

(sumber: <https://ardisaz.com/2014/07/22/ux-thumb-zone-panduan-untuk-membuat-ui-mobile-apps/#prettyPhoto>)