

Bab 4 Analisis Hasil Dan Pembahasan

4.1 Perancangan Model Evaluasi

Tahapan perancangan model evaluasi mencakup proses yang merangkum bagaimana suatu model evaluasi dapat dihasilkan. Metode yang digunakan adalah metode R&D (*Research and Development*) pada tingkat meneliti dan menguji dalam upaya mengembangkan produk/model yang telah ada. Pada penelitian ini penulis mengembangkan model evaluasi yang berbasis pada *result model*, yaitu model evaluasi yang bertujuan untuk menilai hasil dari sebuah kinerja, program atau organisasi. Penulis mengadopsi model evaluasi ICTRT yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya. Model ICTRT terdiri atas 47 instrumen evaluasi dan terbagi pada 5 dimensi evaluasi yaitu *information dimension*, *communication dimension*, *transaction dimension*, *relationship dimension* dan *technical merit dimension* yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas situs web DMO.

Kelebihan yang dimiliki oleh model evaluasi ICTRT adalah instrumen yang digunakan pada model tersebut dihasilkan dengan memandang faktor-faktor penilaian khusus untuk situs web DMO. Namun seiring berubahnya tren perkembangan situs web yang saat ini dipengaruhi meningkatnya penggunaan perangkat seluler dalam mengakses situs web, model ICTRT yang dikembangkan khusus untuk mengevaluasi situs web pada tampilan umum kurang tepat untuk digunakan mengevaluasi situs web DMO dalam perspektif tampilan untuk perangkat seluler.

Dimensi evaluasi ICTRT yang penting untuk dimodifikasi adalah dimensi *technical merit*. Instrumen pada dimensi tersebut masih menyertakan instrumen teknis penilaian tampilan web pada perangkat komputer konvensional, sehingga perlu dimodifikasi dengan menyertakan instrumen penilaian teknis khusus untuk perangkat seluler. Untuk mengevaluasi tampilan situs web DMO pada perangkat seluler, penulis menganalisa beberapa instrumen pada dimensi *technical merit* yang harus diganti maupun ditambahkan agar model evaluasi yang akan dikembangkan sesuai dengan kriteria penilaian desain situs web khusus pada perangkat seluler.

Kriteria penilaian yang ditambahkan sesuai dengan hasil studi literatur yang telah dilakukan oleh penulis. Dari hasil studi literatur yang telah dilakukan, penulis merangkum

enam instrumen penilaian yang penting untuk menilai desain situs web pada perangkat seluler. Berikut instrumen penilaian yang ditambahkan pada model evaluasi ICTRT *for mobile* dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1. Instrumen evaluasi yang ditambahkan pada dimensi *technical merit*

No	Instrumen evaluasi yang ditambahkan	Definisi
1.	Thumbnail	Penggunaan <i>thumbnail</i> untuk kategorisasi <i>content</i> situs web.
2.	Search function	Tersedia fitur pencarian langsung berdasarkan kategori informasi tertentu.
3.	Mobile navigation	Pengurangan kegiatan <i>scrolling</i> halaman situs web, meletakkan fitur navigasi menu yang bersifat tetap pada bagian atas/samping halaman situs web dan menggunakan panduan desain navigasi khusus untuk perangkat seluler
4.	Web page responsiveness	Halaman situs web responsif dan dapat dibuka menyesuaikan ukuran layar perangkat seluler.
5.	Form entry	Desain <i>form</i> yang sesuai untuk tampilan situs web pada perangkat seluler.
6.	Usability & form factor	Memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan <i>usability</i> situs web pada perangkat seuler.

Setelah menambahkan instrumen penilaian berdasarkan perspektif desain antarmuka pada perangkat seluler, berikut rancangan model evaluasi ICTRT *for mobile* yang telah dikembangkan dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2. Rancangan model evaluasi ICTRT *for mobile*

Atribut Situs web	Performa	Tingkat Kepentingan	Kompleksitas	Efektivitas
Information Dimension				
Activities information				
Accommodation information				
Attraction information				
Events calendar				
Entertainment information				
Maps and directions				
Restaurant information				
Travel packages				
Travel guides/brochures				
Transportation information				
Photo gallery				
Links to regional/city/area pages				
Shopping information				
Information by market segment (business, family, etc.)				
Visitor center information				
Travel tips				
State facts				
Local weather information				

Virtual tours				
Transaction Dimension				
Online reservation Events tickets				
Attraction tickets Shopping carts Web seal certification				
Communication Dimension				
Search function Contact information (email, phone, mailing address, etc.) Brochure request capabilities Destination image communication (logo, slogan, etc.) Multiple language versions Email newsletter Links to social media (youtube, blog, etc.) Feedback forms Surveys Frequently asked questions				
Relationship Dimension				
Privacy policy Deals and discounts Personalization Cross-selling opportunities Incentive programs/contests Customer loyalty programs				
Technical Merit Dimension				
Link workability Load time Search engine recognition Visual appearance Navigation Webpage design Site map Thumbnail Site search Mobile navigation Web page responsiveness Form entry Usability & form factor				

4.2 Hasil Validasi Ahli

Proses validasi ahli berfungsi untuk meminta pendapat dan saran dari ahli tentang instrumen yang ditambahkan oleh penulis pada model evaluasi ICTRT *for mobile* yang mengadopsi instrumen dari model evaluasi ICTRT. Model evaluasi ICTRT yang dikembangkan oleh Li & Wang sebelumnya hanya meninjau evaluasi khusus pada situs web DMO pada perangkat konvensional seperti komputer personal. Model evaluasi ICTRT *for mobile* dikembangkan khusus untuk mengevaluasi desain antarmuka situs web DMO, sehingga beberapa instrumen yang diadopsi dari model evaluasi ICTRT perlu diubah sehingga sesuai dengan kebutuhan penilaian antarmuka situs web DMO khusus pada tampilan seluler.

Dari hasil diskusi penulis dengan ahli, selanjutnya instrumen *webpage design* dan *navigation* dihapus dari kriteria penilaian, karena penilaian instrumen *webpage design* telah digantikan dengan instrumen penilaian *usability and form factor* dan *web page*

responsiveness, sementara instrumen *navigation* diganti dengan instrumen *mobile navigation* yang lebih tepat untuk menilai teknis desain pada perangkat seluler. Instrumen *search function* yang terdapat pada dimensi *communication* dipindahkan pada dimensi *technical merit*, karena instrumen *search function* menjadi lebih teknis dan rumit untuk mendukung kemudahan pada tampilan perangkat seluler. Pada dimensi *information*, instrumen *virtual tour* tidak digunakan karena tidak sesuai dengan kebutuhan situs web pada perangkat seluler. Pada dimensi ini ditambahkan instrumen *visa information*. Instrumen tersebut berisi informasi mengenai penggunaan visa di Indonesia yang penting untuk diketahui oleh wisatawan luar negeri yang ingin berwisata di Indonesia.

Penulis menambahkan keterangan mengenai detail dari masing-masing instrumen evaluasi ICTRT *for mobile*. Keterangan tersebut berfungsi untuk memberikan panduan kepada ahli untuk menilai masing-masing instrumen evaluasi. Berikut penjelasan lebih rinci dari masing-masing dimensi instrumen evaluasi tersebut yang dijadikan pedoman dalam pemberian bobot nilai ketika mengevaluasi efektivitas situs web DMO dapat dilihat pada Tabel 4.3 hingga Tabel 4.7. Model evaluasi ICTRT *for mobile* yang telah divalidasi dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.3. *Information Dimension*

No	Atribut Situs web	Definisi
1.	Activities information	Informasi dan berita terkini mengenai objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata di Indonesia.
2.	Accomodation information	Informasi mengenai ketersediaan akomodasi wisatawan saat mengunjungi suatu objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata.
3.	Attraction information	Informasi yang menunjukkan daya tarik objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata.
4.	Event Calendar	Informasi mengenai tanggal penting <i>event</i> pariwisata yang diselenggarakan di Indonesia.
5.	Entertainment information	Informasi mengenai hiburan yang mendukung objek pariwisata maupun <i>event</i> pariwisata yang diselenggarakan di Indonesia.
6.	Maps and direction	Informasi mengenai petunjuk dan lokasi untuk mengunjungi objek pariwisata.
7.	Restaurant Information	Informasi mengenai restoran dan tempat makan unggulan pada tiap daerah yang terdapat di Indonesia.
8.	Travel Packages	Informasi mengenai paket pariwisata yang tersedia untuk mengunjungi objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata.
9.	Travel guides/brochure	Tersedianya panduan yang berisi informasi objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata dalam bentuk brosur.
10.	Transportation	Informasi mengenai transportasi yang dapat digunakan

	Information	untuk mengunjungi objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata.
11.	Photo Gallery	Tersedianya galeri foto yang menampilkan keindahan dan keunikan objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata.
12.	Links to regional/city/area pages	Tersedianya tautan eksternal situs web yang khusus menampilkan informasi yang lebih rinci mengenai objek pariwisata dan <i>event</i> pariwisata pada daerah/provinsi tertentu di Indonesia.
13.	Shopping information	Informasi mengenai pusat perbelanjaan yang terdapat pada seluruh wilayah Indonesia.
14.	Information by market segment (business, family, ect)	Tersedianya informasi mengenai paket tur khusus (paket untuk perjalanan bisnis, keluarga, dan lain-lain).
15.	Visitor center information	Tersedianya informasi yang menampilkan kontak dan lokasi kantor resmi pusat informasi pariwisata Indonesia.
16.	Travel tips	Informasi yang menampilkan <i>tips</i> dan trik khusus ketika mengunjungi objek wisata dan <i>event</i> wisata di Indonesia.
17.	State fact	Informasi yang menampilkan fakta-fakta mengenai negara Indonesia.
18.	Local weather information	Informasi yang menampilkan keadaan cuaca di wilayah Indonesia.
19.	Visa information	Informasi mengenai penggunaan visa di Indonesia.

Tabel 4.4. *Transaction Dimension*

No	Atribut Situs web	Definisi
1.	Online reservation	Tersedianya fitur pemesanan paket tur pariwisata via situs web secara <i>online</i> .
2.	Events tickets	Tersedianya fitur pemesanan tiket <i>event</i> pariwisata via situs web secara <i>online</i> .
3.	Attraction tickets	Penawaran tiket tur pariwisata dan tiket <i>event</i> pariwisata yang memiliki daya tarik bagi pengunjung situs web.
4.	Shopping carts	Tersedia fitur “keranjang belanja” yang memiliki fungsi mengakumulasikan seluruh transaksi pengunjung situs web ketika membeli atau memesan produk dan jasa melalui situs web.
5.	Web seal certification	Situs web telah memiliki sertifikasi keamanan dalam aktifitas transaksi online.

Tabel 4.5. *Communication Dimension*

No	Atribut Situs web	Definisi
1.	Contact information (email, phone, mailing address, etc)	Tersedia informasi kontak <i>customer services</i> yang dapat dihubungi dalam bentuk email, telepon, dan lainnya.
2.	Brochure request capabilities	Tersedia fasilitas permintaan daftar brosur pariwisata yang dapat dilakukan oleh pengunjung situs web.
3.	Destination image	Tersedia informasi mengenai logo dan slogan pariwisata

	communication (logo, slogan, etc)	Indonesia.
4.	Multiple language version	Tersedia tampilan situs web dalam tampilan dalam beberapa bahasa yang berbeda.
5.	Email newsletter	Tersedianya fitur <i>newsletter</i> yang berisi informasi dan berita terkini mengenai pariwisata Indonesia yang dikirim ke email pengunjung yang telah berlangganan.
6.	Links to social media (youtube, instagram, ect)	Tersedia tautan ke media sosial seperti instagram, youtube, blog, dan lainnya.
7.	Feedback forms	Tersedia formulir respon dan masukan yang dapat diisi oleh pengunjung situs web.
8.	Surveys	Tersedia survei yang dapat diikuti oleh pengunjung situs web.
9.	Frequently asked question	Tersedia halaman <i>frequently asked question</i> (FAQ) yang berisi pertanyaan umum yang sering diajukan pada halaman situs web.

Tabel 4.6. *Relationship Dimension*

No	Atribut Situs web	Definisi
1.	Privacy policy	Tersedia halaman <i>privacy policy</i> yang memuat kebijakan yang diberlakukan pada situs web tersebut.
2.	Deals and discount	Informasi tentang promosi yang sedang berlangsung pada situs web.
3.	Personalization	Tersedia layanan <i>personaization</i> yang memungkinkan pengunjung situs web menemukan informasi yang relevan, berdasarkan <i>content</i> situs web yang mereka akses.
4.	Cross-selling opportunities	Tersedia penawaran pariwisata yang memungkinkan terjadinya penawaran <i>cross-selling</i> dengan jasa dan produk pariwisata yang lainnya.
5.	Incentive program /contents	Tersedia program atau <i>content</i> situs web yang merangsang pengunjung situs web untuk berpariwisata ke Indonesia.
6.	Customer loyalty programs	Tersedia program penghargaan bagi wisatawan yang memiliki loyalitas tinggi dalam kegiatan berpariwisata ke Indonesia.

Tabel 4.7. *Technical Merit Dimension*

No	Atribut Situs web	Definisi
1.	Link workability	<i>Link</i> yang terdapat pada situs web aktif dan memiliki fungsi untuk menyambungkan antar halaman situs web.
2.	Load time	Kecepatan dalam proses <i>load</i> halaman situs web.
3.	Search engine recognition	Optimalisasi situs web sehingga mudah ditemukan dengan menggunakan mesin pencari.
4.	Visual appearance	Tampilan situs web secara keseluruhan dari sudut pandang estetika visual.
5.	Site map	Tersedianya fitur <i>site map</i> pada halaman situs web.
6.	Mobile navigation	Pengurangan kegiatan <i>scrolling</i> halaman situs web,

		meletakkan fitur navigasi menu yang bersifat tetap pada bagian atas/samping halaman situs web dan menggunakan panduan desain navigasi khusus untuk perangkat seluler
7.	Thumbnail	Penggunaan <i>thumbnail</i> untuk kategorisasi <i>content</i> situs web.
8.	Search function	Tersedia fitur pencarian langsung berdasarkan kategori informasi tertentu.
9.	Web page responsiveness	Halaman situs web responsif dan dapat dibuka menyesuaikan ukuran layar perangkat seluler.
10.	Form entry	Desain <i>form</i> yang sesuai untuk tampilan situs web pada perangkat seluler.
11.	Usability & form factor	Memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan <i>usability</i> situs web pada perangkat seuler.

Tabel 4.8. Model Evaluasi ICTRT *for mobile*

Atribut Situs web	Performa	Tingkat Kepentingan	Kompleksitas	Efektivitas
Information Dimension				
Activities information				
Accommodation information				
Attraction information				
Events calendar				
Entertainment information				
Maps and directions				
Restaurant information				
Travel packages				
Travel guides/brochures				
Transportation information				
Photo gallery				
Links to regional/city/area pages				
Shopping information				
Information by market segment (business, family, ect)				
Visitor center information				
Travel tips				
State facts				
Local weather information				
Visa and immigration information*				
Transaction Dimension				
Online reservation				
Events tickets				
Attraction tickets				
Shopping carts				
Web seal certification				
Communication Dimension				
Contact information (email, phone, mailing address, etc.)				
Brochure request capabilities				

Destination image communication (logo, slogan, etc.)				
Multiple language versions				
Email newsletter				
Links to social media (youtube, blog, etc.)				
Feedback forms				
Surveys				
Frequently asked questions				
Relationship Dimension				
Privacy policy				
Deals and discounts				
Personalization				
Cross-selling opportunities				
Incentive programs/contests				
Customer loyalty programs				
Technical Merit Dimension				
Link workability				
Load time				
Search engine recognition				
Visual appearance				
Site Map				
Mobile navigation*				
Thumbnail*				
Search function*				
Web page responsiveness*				
Form entry*				
Usability & form factor*				

* instrumen evaluasi yang ditambahkan

4.3 Analisis Pengujian Evaluasi

Analisis evaluasi situs web www.indonesia.travel yang dilakukan pada penelitian ini dibantu oleh akademisi yang memiliki fokus penelitian yang sama, yaitu evaluasi sistem informasi. Khusus pada dimensi *technical merit*, beberapa instrumen evaluasi memerlukan metode khusus dalam penilaiannya, antara lain adalah instrumen *search engine recognition*, *visual appearance*, *navigation* dan *webpage design*. Metode tersebut telah dikembangkan oleh para praktisi dan organisasi yang memiliki kontribusi untuk mengevaluasi masing-masing instrumen tersebut.

Instrumen situs web *design* dievaluasi dengan menggunakan metode penilaian yang dikembangkan oleh The Tourism Company. The Tourism Company adalah tim konsultan yang berfokus pada pengembangan, pemasaran dan perencanaan pariwisata (The Tourism Company, 2016). Mereka telah mengembangkan suatu metode yang dapat digunakan dalam menilai efektivitas instrumen situs web *design* pada suatu situs web DMO. Untuk instrumen

visual appearance, penulis merujuk pada metode *visual aesthetics of situs web inventory* (VisAWI) yang dikembangkan oleh Moshagen dan Thielsch. VisAWI adalah metode penilaian estetika suatu situs web berupa kuesioner yang diciptakan untuk mengevaluasi estetika tampilan antarmuka situs web secara subjektif oleh pengguna (Moshagen & Thielsch, 2015).

Untuk menghitung nilai efektivitas, rumus yang digunakan adalah dengan perkalian nilai performa dan tingkat kepentingan atribut situs web yang di adopsi dari cara perhitungan pada model evaluasi ICTRT. Setelah mendapatkan nilai efektivitas dari atribut situs web, selanjutnya dihitung nilai rata-rata efektivitas dari masing-masing dimensi. Untuk mengisi masing-masing penilaian atribut situs web, peneliti dibantu oleh ahli evaluasi sistem informasi. Berikut hasil evaluasi efektivitas situs web DMO www.indonesia.travel menggunakan model evaluasi ICTRT yang telah dikembangkan, dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9. Hasil evaluasi efektivitas situs web DMO www.indonesia.travel

Atribut Situs web	Performa	Tingkat Kepentingan	Kompleksitas	Efektivitas
Information Dimension				
Activities information	5	5	5	25
Accommodation information	2	5	5	10
Attraction information	5	5	3	25
Events calendar	3	5	2	15
Entertainment information	1	4	2	4
Maps and directions	3	5	5	15
Restaurant information	2	4	2	8
Travel packages	0	0	0	0
Travel guides/brochures	0	0	0	0
Transportation information	3	5	4	15
Photo gallery	4	5	2	20
Links to regional/city/area pages	3	3	1	9
Shopping information	2	4	2	8
Information by market segment (business, family, ect)	0	0	0	0
Visitor center information	5	5	2	25
Travel tips	5	4	3	20
State facts	4	5	2	20
Local weather information	0	0	0	0
Visa and immigration information	5	5	2	25
Rata-rata efektivitas				12,84
Transaction Dimension				
Online reservation	2	5	5	10
Events tickets	0	0	0	0
Attraction tickets	0	0	0	0
Shopping carts	0	0	0	0
Web seal certification	0	0	0	0
Rata-rata efektivitas				2

Communication Dimension				
Contact information (email, phone, mailing address, etc.)	4	5	2	20
Brochure request capabilities	0	0	0	0
Destination image communication (logo, slogan, etc.)	5	3	1	15
Multiple language versions	5	5	5	25
Email newsletter	5	4	4	20
Links to social media (youtube, blog, etc.)	5	4	4	20
Feedback forms	0	0	0	0
Surveys	0	0	0	0
Frequently asked questions	0	0	0	0
Rata-rata efektivitas				11,11
Relationship Dimension				
Privacy policy	0	0	0	0
Deals and discounts	0	0	0	0
Personalization	0	0	0	0
Cross-selling opportunities	0	0	0	0
Incentive programs/contests	0	0	0	0
Customer loyalty programs	0	0	0	0
Rata-rata efektivitas				0
Technical Merit Dimension				
Link workability	5	5	/	25
Load time	3	5	/	15
Search engine recognition	4	5	/	20
Visual appearance	4	5	/	20
Site Map	0	5	/	0
Mobile navigation	5	5	/	25
Thumbnail	5	5	/	20
Search function	4	5	/	20
Web page responsiveness	5	5	/	25
Form entry	5	5	/	20
Usability & form factor	3	5	/	20
Rata-rata efektivitas =				18,63

Berikut penulis menyertakan analisis performa dari masing-masing instrumen evaluasi yang terdapat pada situs web www.indonesia.travel. Analisis yang telah dirangkum oleh penulis dapat dijadikan rujukan oleh evaluator untuk memberikan penilaian efektivitas masing-masing instrumen.

Information Dimension

a. Activities information

Instrumen ini berkaitan dengan seluruh informasi terkini yang berkaitan dengan pariwisata Indonesia pada situs web www.indonesia.travel. Informasi yang disajikan sudah sangat baik dengan informasi yang *up to date*. Informasi tersebut dibagi ke dalam lima sub kategori, yaitu *news*, *our journey*, *info & tips*, *event*, *what's new*.

Kategori *news* menampilkan berita terkini mengenai perkembangan pariwisata di Indonesia, seperti penghargaan pariwisata yang diperoleh oleh Indonesia, kerjasama pariwisata Indonesia dengan pihak sponsor, dan lain-lain. Kategori *our journey* menampilkan informasi pengalaman berwisata dari wisatawan dalam bentuk tulisan, foto hingga video. Kategori *info & tips* menyajikan informasi mengenai *tips* dan trik ketika wisatawan ingin berkunjung pada destinasi dan *event* pariwisata tertentu di Indonesia. Kategori *events* menampilkan informasi mengenai *event* pariwisata yang telah diagendakan di Indonesia. Kategori *what's new* menampilkan informasi terkini mengenai perkembangan dan destinasi pariwisata yang baru dikembangkan di Indonesia.

b. Accomodation information

Informasi mengenai akomodasi untuk mengunjungi suatu objek wisata atau *event* wisata masih sangat minim pada situs web www.indonesia.travel. Informasi untuk memulai perjalanan pada suatu objek wisata hanya berupa deskripsi singkat dengan detail informasi yang terbatas. Keterangan mengenai pihak *travel agent* yang dapat dihubungi jika ingin mengunjungi objek wisata sangat sedikit dan tidak dapat ditemukan pada keseluruhan objek wisata dan *event* wisata.

Informasi mengenai akomodasi penginapan sudah cukup mempunyai. pada bagian akhir halaman situs web destinasi wisata, terdapat sebuah *form* yang menawarkan pengunjung untuk mencari hotel disekitar destinasi wisata. Pencarian hotel tersebut bekerjasama dengan situs web [tripadvisor](http://tripadvisor.com), sehingga ketika pengunjung ingin mencari hotel dengan menggunakan *form* tersebut, maka secara otomatis pengunjung diarahkan kepada halaman situs web [tripadvisor](http://tripadvisor.com) yang menampilkan beragam pilihan hotel disekitar objek wisata tersebut.

c. Attraction information

Informasi daya tarik pariwisata Indonesia pada situs web www.indonesia.travel dapat dilihat pada *sub-menu experience* yang kemudian terbagi dalam lima kelompok besar. Menurut UU No. 9 Tahun 1990 daya tarik pariwisata di Indonesia terbagi atas tiga kelompok besar yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik minat khusus. Daya tarik tersebut kemudian dikembangkan menjadi lima kelompok besar daya tarik pariwisata, yaitu *natural wonders*, *cultural wonders*, *sensory wonders*, *modern wonders* dan *adventours wonders*.

Natural wonders adalah daya tarik pariwisata yang berobjek pada sumber daya alam yang terdapat di seluruh Indonesia seperti lautan, gunung, danau dan lainnya. *Cultural wonders* adalah daya tarik pariwisata yang berobjek pada seni budaya

khass yang terdapat di seluruh Indonesia. *Sensory wonders* adalah daya tarik yang berobjek pada keunikan kuliner dan hiburan yang terdapat di seluruh Indonesia. *Modern wonders* adalah daya tarik pariwisata yang berobjek pada kehidupan perkotaan, teknologi dan transportasi khas yang terdapat di seluruh Indonesia. *Adventours wonders* adalah daya tarik pariwisata yang berobjek pada olahraga, eksplorasi dan petualangan khas yang terdapat di seluruh Indonesia.

d. Event calendar

Informasi mengenai kalender *event* pariwisata Indonesia dapat dilihat pada menu utama *what's happening* lalu memilih *sub-menu events*. Setelah itu akan muncul informasi *event* wisata yang dikelompokkan pada setiap bulan, yaitu dari bulan Januari hingga Desember pada tahun 2016. Sangat disayangkan tidak seluruh *event* wisata tersebut menyertakan informasi lengkap khususnya mengenai kontak yang dapat dihubungi jika ingin melihat dan mengunjungi *event* pariwisata tersebut.

Event pariwisata yang disajikan pada situs web www.indonesia.travel belum lengkap jika melihat masih banyak sekali *event* pariwisata khas yang hanya terdapat di Indonesia. Contohnya seperti perayaan Grebeg Kraton yang diadakan tiga kali dalam setahun di Daerah Istimewa Yogyakarta, perlombaan pacu jawi yang terkenal mendunia yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat, hingga perayaan festival lampion di Candi Borobudur yang dihelat setiap tahunnya. Masih banyak *event* pariwisata yang seharusnya dipromosikan melalui situs web ini.

e. Entertainment information

Informasi *entertainment* yang disajikan pada situs web www.indonesia.travel dapat dilihat melalui menu *Experience* lalu memilih *sub-menu Sensory Wonders* dan memilih *sub-menu Entertainment*. Hanya terdapat tiga informasi mengenai objek dan *event* pariwisata yang tergolong pada kategori *entertainment* dan dari keseluruhan objek dan *event* wisata tersebut hanya terletak di Provinsi Kepulauan Riau. Informasi tersebut sangatlah kurang menginat masih banyak kategori wisata *entertainment* lainnya yang tidak disertakan pada situs web www.indonesia.travel. Contoh lainnya seperti acara *Prambanan jazz music festival* yang dihelat di sekitar objek pariwisata Candi Prambanan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan beberapa kegiatan hiburan lainnya.

f. Map and directions

Informasi mengenai *map* pariwisata Indonesia dapat dilihat pada *map of the island* pada menu utama situs web www.indonesia.travel. Setelah memilih menu tersebut, maka akan tampil peta Indonesia dengan pilihan kategori pariwisata yang terbagi dalam lima kategori

sesuai dengan daya tarik pariwisata yang telah dibahas pada instrumen *attraction information*. Kategori objek pariwisata tersebut disingkat dengan sebutan *5 wonders*.

Untuk daya tarik wisata *nature wonders* map wisata terbagi pada beberapa kategori, yaitu *marine life, beaches, valleys & canyon, mountains & craters, rivers & waterfalls, forest & wildlife* dan *lakes*. Daya tarik wisata *sensory wonders* terbagi pada beberapa kategori, yaitu *culinaries, spas, hot springs* dan *entertainment*. Daya tarik wisata *cultural wonders* terbagi pada beberapa kategori, yaitu *arts & cultures, traditional ceremonies, museums, temples* dan *heritages*. Daya tarik wisata *modern wonders* terbagi pada beberapa kategori, yaitu *city lifes, technologies* dan *shoppings*. Daya tarik wisata *adventours wonders* terbagi pada beberapa kategori, yaitu *others water sports, diving & snorkeling, hiking & trekking, surfing* dan *other sports*.

Pengunjung situs web dapat memilih salah satu dari pilihan kategori wisata tersebut. Saat kategori wisata dipilih, maka akan muncul titik koordinat yang menginformasikan bahwa di daerah tersebut terdapat lokasi wisata yang tergolong pada kategori wisata yang telah dipilih. Ketika titik koordinat tersebut di pilih, akan muncul ulasan singkat destinasi wisata, beserta *link* yang merujuk pada halaman utama destinasi wisata tersebut. Pada halaman utama akan dijelaskan secara singkat bagaimana cara wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata tersebut.

Namun masih banyak objek wisata yang tidak terdata pada map situs web www.indonesia.travel. Jika dibandingkan dengan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2013, untuk daya tarik pariwisata alam di Indonesia berjumlah total 650 objek pariwisata. Sedangkan untuk daya tarik pariwisata *event* budaya berjumlah total 326 objek pariwisata. Potensi wisata yang belum diekspose seharusnya juga mendapat tempat pada situs web pariwisata Indonesia.

g. Restaurant information

Informasi mengenai restoran dan dapat dilihat pada *menu Experience* lalu memilih *sub-menu Sensory Wonders* lalu memilih *Culinaries* atau dengan memilih *menu Map of the Island* lalu memilih *sub-menu Sensory Wonders* lalu memilih *sub menu Culinaries*. Hanya restoran pada delapan Provinsi di Indonesia yang terdata pada situs web ini. Delapan restoran yang terdata pada *map* didominasi oleh provinsi-provinsi yang terletak pada pulau Jawa dan pulau Sumatera, sedangkan referensi restoran di pulau Kalimantan, Sulawesi dan Papua belum terdata pada situs web tersebut.

h. Travel packages

Tidak terdapat informasi apapun mengenai paket perjalanan wisata pada situs web www.indonesia.travel.

i. Travel guides/brochures

Tidak terdapat informasi apapun mengenai panduan yang berisi informasi objek pariwisata dan *event* pariwisata dalam bentuk brosur pada situs web www.indonesia.travel.

j. Transportation information

Informasi mengenai transportasi untuk mengunjungi objek pariwisata dan *event* pariwisata tersedia pada masing-masing halaman objek pariwisata. Informasi tersebut terdapat pada bagian bawah halaman situs web dengan keterangan *get there*. Informasi tersebut dalam bentuk paragraf singkat dan tidak terlalu detail. Tidak terdapat kontak yang dapat dihubungi jika pengunjung situs web ingin menghubungi pihak pengelola transportasi tersebut.

k. Photo Gallery

Informasi foto yang berkaitan dengan objek pariwisata maupun *event* pariwisata sudah cukup lengkap. Namun masih banyak objek pariwisata dan *event* pariwisata yang hanya diwakili oleh sebuah foto, bukan rangkaian foto yang menunjukkan keistimewaan objek dan *event* pariwisata tersebut. Dengan semakin banyak foto yang menunjukkan keindahan dan keunikan suatu objek dan *event* pariwisata, semakin kuat pula daya tarik dari objek dan *event* pariwisata tersebut.

l. Links to regional/city/area pages

Informasi mengenai tautan *link* pada wilayah/provinsi/daerah objek dan *event* pariwisata tidak terdapat pada keseluruhan halaman situs web. Hanya halaman yang berkaitan dengan *event* pariwisata yang memiliki *link* menuju situs web khusus untuk *event* tersebut. Contohnya adalah *event* olahraga bersepeda Grand Fondo New York (GFNY) yang memiliki *link* khusus dengan mengunjungi www.gfnyindonesia.com, *event* olahraga lainnya seperti Borobudur International Marathon yang memiliki link khusus pada alamat borobudurmarathon.id.

m. Shopping information

Informasi mengenai pusat perbelanjaan dapat dilihat pada *menu Experience* lalu memilih *sub-menu Modern Wonders* lalu memilih *Shoppings* atau dengan memilih *menu Map of the Island* lalu memilih *sub-menu Modern Wonders* lalu memilih *sub menu Shoppings*. Hanya terdapat tujuh Provinsi yang terdata memiliki objek wisata pusat perbelanjaan.

Masih banyak obek wisata pusat perbelanjaan khas di Provinsi lainnya yang belum terdata pada situs web ini.

n. Information by market segment (business, family, ect)

Tidak terdapat informasi apapun mengenai pariwisata untuk segmen tertentu pada situs web www.indonesia.travel.

o. Visitor center information

Informasi mengenai *visitor center information* dapat diakses dengan memilih menu *Travel Guidances* pada *side bar* laman situs web www.indonesia.travel, lalu memilih *sub menu Visit Indonesia Tourism Office*. *Sub menu* tersebut menampilkan kontak dan lokasi kantor resmi pusat informasi pariwisata di Indonesia dan kantor resmi pusat informasi pariwisata Indonesia yang sudah tersebar pada 19 negara lainnya.

p. Travel tips

Informasi mengenai *tips* saat berwisata di Indonesia dapat dilihat pada *menu What's Happening* lalu memilih *sub-menu Info & Tips*. Tersedia 37 artikel yang menampilkan beragam informasi tentang *tips* yang perlu diperhatikan bagi wisatawan, saat berwisata pada suatu objek wisata maupun saat menghadiri suatu *event* pariwisata. *Tips-tips* tersebut berguna untuk menambah wawasan wisatawan asing agar kegiatan wisata yang mereka rencanakan menjadi lebih menyenangkan.

q. State fact

State fact adalah suatu informasi yang memuat fakta-fakta yang ada di Indonesia. Informasi tersebut dapat dilihat pada *menu* utama dengan memilih *Facts*. Pada *menu Facts* kemudian terbagi menjadi enam *sub-menu* yaitu *About Indonesia, Climate, Culture, Language, History, Flora & Fauna*. *Sub-menu About Indonesia* menampilkan informasi mengenai Indonesia secara umum seperti luas negara, total pulau yang ada di Indonesia, jumlah suku yang ada di Indonesia dan informasi lainnya. *Sub-menu Climate* menampilkan informasi mengenai iklim di Indonesia. *Sub-menu Culture* menampilkan informasi mengenai suku dan budaya di Indonesia. *Sub-menu Language* menampilkan informasi mengenai bahasa yang digunakan di Indonesia. *Sub-menu History* menampilkan sejarah negara Indonesia. *Sub-menu Flora & Fauna* menampilkan informasi mengenai tumbuhan dan hewan khas yang ada di Indonesia.

Informasi tentang fakta-fakta negara Indonesia yang disajikan pada situs web www.indonesia.travel sudah cukup lengkap dengan mengelompokkan informasi tersebut pada enam kategori. Tetapi terdapat kejanggalan pada halaman yang menampilkan informasi mengenai sejarah dan budaya Indonesia. Informasi mengenai sejarah indonesia

tidak ditulis menggunakan bahasa Inggris, tetapi ditulis dengan bahasa Perancis, sedangkan informasi pada situs web ini keseluruhan menggunakan bahasa Inggris. Informasi mengenai budaya Indonesia hanya ditulis dalam satu paragraf pendek dan tidak menyertakan informasi yang rinci.

r. Local weather information

Tidak tersedia informasi apapun mengenai perkiraan cuaca untuk wilayah negara Indonesia pada situs web www.indonesia.travel.

s. Visa and immigration information

Informasi mengenai peraturan dan penggunaan visa serta imigrasi di Indonesia bagi wisatawan asing sudah cukup memadai. Informasi tersebut tersedia pada menu *visa and immigration information*.

Transaction Dimension

a. Online reservation

Pemesanan online yang terdapat pada situs web www.indonesia.travel hanyalah sebatas pada pemesanan hotel dan tiket penerbangan yang bekerjasama dengan pihak ketiga, yaitu situs web www.tripadvisor.com dan www.garuda-indonesia.com. Pemesanan paket perjalanan wisata dengan menggunakan jasa agen perjalanan secara online masih belum tersedia pada situs web ini.

b. Events tickets

Tidak tersedia fitur apapun mengenai pemesanan tiket objek pariwisata maupun *event* pariwisata secara online pada situs web www.indonesia.travel.

c. Attraction tickets

Tidak tersedia informasi apapun mengenai pemesanan tiket objek pariwisata maupun *event* pariwisata secara online pada situs web www.indonesia.travel.

d. Shopping carts

Tidak tersedia fitur *shopping cart* pada situs web www.indonesia.travel.

e. Web seal certification

Tidak tersedia informasi apapun mengenai *web seal certification* pada situs web www.indonesia.travel.

Communication Dimension

a. Contact information

Informasi mengenai kontak pengurus situs web www.indonesia.travel tersedia bagi pengunjung situs web dengan memilih *menu contact* pada *menu* utama situs web. Setelah memilih *menu* tersebut, akan muncul sebuah map lokasi gedung pengurus situs web ini beserta formulir yang dapat diisi untuk menghubungi pihak pengurus situs web.

b. Brochure request capabilities

Tidak terdapat fitur permintaan brosur pariwisata pada situs web www.indonesia.travel.

c. Destination image communication (logo, slogan)

Informasi mengenai logo dan slogan situs web www.indonesia.travel terpampang jelas pada *menu* utama halaman situs web dengan menampilkan logo dan slogan pariwisata Indonesia, yaitu *Wonderful Indonesia*.

d. Multiple language version

Tersedia fitur tampilan situs web www.indonesia.travel dengan beberapa pilihan bahasa yang berbeda, diantaranya adalah bahasa arab, bahasa korea, bahasa taiwan, bahasa china, bahasa jepang dan bahasa inggris.

e. Email newsletter

Fitur *email newsletter* pada situs web www.indonesia.travel tersedia hanya untuk anggota situs web tersebut. Langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk berlangganan *email newsletter* yaitu mendaftarkan diri menjadi anggota, dengan memilih *menu register*. Setelah itu pengunjung diminta untuk mengisi data-data diri untuk disimpan. Setelah selesai melengkapi seluruh data tersebut, selanjutnya secara otomatis pengunjung mendapatkan *link validasi* yang dikirimkan pada *email* yang telah diisi pada saat mendaftarkan diri pada situs web tersebut.

Setelah terdaftar dan melakukan validasi pada alamat *email*, pengunjung secara otomatis telah berlangganan *email newsletter* yang dikelola oleh pengurus situs web. Setelah dilakukan pengamatan selama dua bulan sejak mendaftarkan diri menjadi anggota pada situs web www.indonesia.travel, penulis mendapatkan *email newsletter* yang dikirimkan setiap dua minggu yang berisi rangkuman destinasi pada suatu provinsi.

f. Links to social media

Situs web www.indonesia.travel sudah terhubung dengan beberapa sosial media resmi seperti twitter, facebook, youtube, instagram dan google+.

g. Feedback forms

Tidak tersedia fitur *feedback forms* pada situs web www.indonesia.travel.

h. Surveys

Tidak tersedia fitur *surveys* pada situs web www.indonesia.travel.

i. Frequently asked question

Tidak tersedia informasi mengenai *frequently ask question* pada situs web www.indonesia.travel.

Relationship Dimension

a. Privacy policy

Tidak tersedia informasi *privacy policy* pada situs web www.indonesia.travel.

b. Deals and discount

Tidak tersedia informasi *deals and discount* pada situs web www.indonesia.travel.

c. Personalization

Tidak tersedia fitur *personalization* pada situs web www.indonesia.travel.

d. Cross-selling opportunities

Tidak terdapat informasi mengenai *cross-selling opportunities* pada situs web www.indonesia.travel.

e. Incentive programs/contents

Tidak tersedia informasi mengenai *incentive programs/contents* pada situs web www.indonesia.travel.

f. Customer loyalty programs

Tidak tersedia informasi mengenai *customer loyalty progams* pada situs web www.indonesia.travel.

Technical Merit Dimension

a. Link workability

Untuk menguji instrumen *link workability*, penulis menggunakan fitur yang dimiliki oleh situs web www.deadlinkchecker.com. Situs web tersebut berfungsi untuk memeriksa apakah terdapat *link* yang rusak pada situs web www.indonesia.travel. Pengujian yang dilakukan adalah memeriksa secara acak 2000 halaman situs web www.indonesia.travel, setelah itu menghitung berapa jumlah halaman yang terdapat *broken link*. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dari 2000 halaman situs web www.indonesia.travel yang

telah di periksa secara acak, terdapat 30 *broken link* yang belum diperbaiki oleh pengelola situs web.

b. Load time

Untuk menguji instrumen *load time*, penulis menggunakan fitur yang dimiliki oleh situs web www.pingdom.com. Situs web tersebut mengukur kecepatan situs web dengan mengadopsi sistem penilaian oleh tim Google Developer. Fitur yang dimiliki oleh situs web tersebut berfungsi untuk menguji kecepatan kinerja halaman situs web. Situs web www.pingdom.com memberikan penilaian *load time* suatu situs web dengan memberi nilai antara 1 hingga 100 dengan. Semakin mendekati angka 100, semakin baik kinerja situs web tersebut..

c. Search engine recognition

Instrumen *search engine recognition* digunakan untuk menilai seberapa baik suatu situs web dikenali oleh suatu mesin pencari berdasarkan kata kunci khusus yang berkaitan dengan situs web tersebut. Dalam penelitian ini, situs web yang dievaluasi adalah www.indonesia.travel yang termasuk pada golongan situs web pariwisata DMO negara Indonesia. Kata kunci yang diujikan juga harus mengandung unsur pariwisata dan negara Indonesia.

Kata kunci yang digunakan untuk mengevaluasi situs web ini dianalisis menggunakan fitur *keyword planner* pada Google Adwords. *Keyword planner* adalah fitur yang digunakan untuk melihat kata kunci apa yang banyak digunakan ketika mencari informasi melalui mesin pencari Google. Dari hasil analisis yang dilakukan, diambil 12 kata kunci yang memiliki relevansi dengan pencarian menggunakan kata kunci *wonderful indonesia*. *Wonderful indonesia* adalah slogan dari situs web www.indonesia.travel. Berikut hasil pencarian menggunakan 12 kata kunci, serta data apakah situs web www.indonesia.tavel terdeteksi pada halaman utama mesin pencari Google dengan menggunakan kata kunci tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10. Hasil analisis instrumen *search engine recognition*

No	Kata Kunci	Terdeteksi Google (Peringkat)
1.	Wonderful Indonesia	Terdeteksi (1)
2.	Indonesia tourism	Terdeteksi (2)
3.	Tourism Indonesia	Terdeteksi (1)
4.	Tourism in Indonesia	Terdeteksi (2)
5.	Travel to Indonesia	Tidak Terdeteksi
6.	Bali Tourism	Tidak Terdeteksi
7.	Indonesia travel guide	Terdeteksi (9)
8.	Indonesia turismo	Terdeteksi (1)

9.	Travel Indonesia	Terdeteksi (1)
10.	Indonesia tour	Tidak Terdeteksi
11.	Indonesia travel	Terdeteksi (1)
12.	Tourism of Indonesia	Terdeteksi (2)

d. Visual appearance

Instrumen *visual appearance* digunakan untuk menilai bagaimana tampilan situs web www.indonesia.travel dalam sudut pandang estetika visual. Untuk menilai hal tersebut, penulis menggunakan kuesioner *Visual Aesthetics of Situs web Inventory* (VisAWI) yang dikembangkan oleh Moshagen dan Thielsch. VisAWI adalah kuesioner yang diciptakan untuk mengevaluasi estetika tampilan antarmuka situs web secara subjektif oleh pengguna (Moshagen & Thielsch, 2015).

Kuesioner VisAWI terdiri atas 18 poin penilaian yang terbagi pada empat aspek utama yaitu *simplicity*, *diversity*, *colorfulness* dan *craftsmanship*. Berikut keseluruhan poin penilaian yang terdapat pada kuesioner VisAWI dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11. Kuesioner VisAWI

No	Poin Penilaian	Aspek
1.	The layout appears too dense.	Simplicity
2.	The layout is easy to grasp.	
3.	The layout appears well structured.	
4.	The site appears patchy.	
5.	Everything goes together on this site.	
6.	The design is uninteresting.	Diversity
7.	The layout is inventive.	
8.	The design appears uninspired.	
9.	The layout appears dynamic.	
10.	The layout is pleasantly varied.	Colorfulness
11.	The color composition is attractive.	
12.	The choice of colors is botched.	
13.	The colors do not match.	
14.	The colors are appealing.	Craftsmanship
15.	The layout appears professionally designed.	
16.	The layout is not up-to-date.	
17.	The site is designed with care.	
18.	The design of the site lacks a concept.	

e. Mobile navigation

Instrumen *mobile navigation* pada sebuah situs web memiliki fungsi untuk memberikan kemudahan bagi pengunjung situs web ketika menjelajahi halaman-halaman situs web untuk mencari informasi tertentu. Instrumen *mobile navigation* dinilai dengan

memperhatikan lima poin utama yang telah dirangkum oleh Warner dan LaFontaine. Selain memperhatikan lima poin tersebut, penilaian juga dipengaruhi dengan memperhatikan kegiatan *scrolling*/menggulirkan halaman situs web yang diminimalisir dan penggunaan *menu bar* yang bersifat tetap pada samping/atas halaman situs web.

f. Site map

Instrumen *site map* adalah sebuah dokumen yang berfungsi untuk menunjukkan struktur dan hubungan antar elemen informasi terdapat pada suatu situs web. Namun pada situs web www.indonesia.travel tidak menampilkan informasi apapun mengenai instrumen *site map*.

g. Thumbnail

Instrumen *thumbnail* adalah instrumen yang menilai penggunaan *thumbnail* pada situs web www.indonesia.travel. Dari hasil analisis yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa situs web www.indonesia.travel telah mengadopsi penggunaan *thumbnail* yang dapat dilihat pada menu utama situs tersebut. Penggunaan *thumbnail* dinilai penting bagi kemudahan pengunjung situs web ketika menyortir konten informasi situs web berdasarkan simbol-simbol tertentu.

h. Search function

Fitur pencarian pada situs web www.indonesia.travel bisa digunakan dengan baik dan lancar. Pengunjung situs web dapat memanfaatkan fitur pencarian untuk mencari informasi dengan kata kunci tertentu, kemudian hasil pencarian tersebut dikategorikan berdasarkan *tag* tertentu. Contohnya jika pengunjung situs web memasukkan kata kunci 'yogyakarta', maka hasil pencarian akan dikelompokkan menjadi beberapa kategori halaman situs web yang mengandung kata 'yogyakarta'.

Pada contoh tersebut kemudian hasil pencarian berupa 10 kategori *destination*, 2 kategori *place* dan 26 kategori *what's happening* yang mengandung kata 'yogyakarta'. Pengelompokan hasil pencarian tersebut memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk melihat informasi pada kategori yang mana saja yang mereka butuhkan. Namun fitur pencarian pada *website* www.indonesia.travel belum dapat dilakukan dengan membatasi pencarian pada kategori tertentu, tetapi hanya pencarian secara umum.

i. Web page responsiveness

Instrumen *web page responsiveness* menilai apakah halaman situs web yang diuji dapat menyesuaikan tampilan pada perangkat seluler yang memiliki ukuran layar berbeda-beda. Untuk menguji apakah situs web www.indonesia.travel responsif untuk perangkat seluler, pada penelitian ini penulis menggunakan *tools* yang dikembangkan oleh Google

Developer. *Tools* tersebut dapat diakses melalui link berikut: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>. Dengan memanfaatkan *tools* tersebut, dapat dilihat apakah situs web yang diujikan sudah responsif untuk perangkat seluler.

j. Form entry

Instrumen *form entry* mengevaluasi desain *form-form* yang terdapat pada situs web www.indonesia.travel. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam desain *form entry* seperti menyederhanakan kolom *entry* informasi, memilih proses *entry* informasi dengan cara termudah, menggunakan visual kalender untuk format *input* penanggalan, validasi kesalahan *input form* secara *real-time* dan desain *form* yang efisien.

k. Usability and form factor

Instrumen *usability and form factor* menilai apakah halaman situs web yang dievaluasi telah mengadopsi desain kegunaan situs web sesuai dengan kebutuhan perangkat seluler, seperti optimasi halaman situs web, desain *single page* yang memaksimalkan tampilan halaman situs web pada layar perangkat seluler yang terbatas, mematikan fungsi *pinch-to-zoom*, halaman situs web stabil pada orientasi vertikal serta tidak menggulir secara horizontal dan memberikan pilihan kepada pengunjung situs web untuk melihat versi *full site* maupun *mobile site*.

4.4 Perbandingan Efektivitas Antar Dimensi Evaluasi

Hasil evaluasi situs web DMO www.indonesia.travel menampilkan efektivitas yang beragam pada masing-masing instrumennya telah dipaparkan pada Tabel 4.9. Dari analisis yang telah dilakukan terhadap dimensi *information*, *transaction*, *communication*, *relationship* dan *technical merit*, diperoleh hasil dimensi *technical merit* memiliki tingkat efektivitas tertinggi dengan nilai rata-rata 18,64. Dimensi dengan tingkat efektivitas terendah dimiliki oleh dimensi *relationship* dengan nilai efektivitas 0.

Pada dimensi *information*, instrumen dengan tingkat efektivitas tertinggi diperoleh oleh atribut *activities information*, *attraction information*, *visitor center information* dan *visa and immigration information* dengan nilai 25. Beberapa instrumen evaluasi pada dimensi ini memiliki nilai 0 karena belum diadopsi pada situs web www.indonesia.travel, diantaranya adalah instrumen *travel packages*, *tavel guides/brochure*, *information by market segment* dan *local weather information*. Dimensi ini memiliki tingkat efektivitas tertinggi kedua setelah dimensi *technical merit* dengan nilai rata-rata efektivitas 12,84 dan memperoleh nilai

efektivitas 2,57 dalam skala 5 yang berarti bahwa atribut situs web www.indonesia.travel pada dimensi *information* berada pada tingkatan cukup efektif.

Dimensi *transaction* adalah dimensi dengan tingkat efektivitas kedua terendah pada situs web www.indonesia.travel, dengan nilai efektivitas rata-rata 2 dan memperoleh nilai efektivitas 0,4 dalam skala 5 yang berarti bahwa efektivitas atribut situs web www.indonesia.travel pada dimensi *transaction* berada pada tingkatan sangat rendah. Pada dimensi ini, hanya terdapat satu instrumen yang memiliki nilai efektivitas, yaitu atribut *online reservation* dengan nilai efektivitas 10. Keempat instrumen lainnya yaitu instrumen *events tickets*, *attraction tickets*, *shopping cart* dan *web seal certification* memiliki nilai efektivitas 0. Hal ini menunjukkan bahwa situs web www.indonesia.travel belum mengedepankan fitur transaksi melalui layanan online.

Pada dimensi *communication*, instrumen dengan tingkat efektivitas tertinggi diperoleh oleh atribut *multiple language function* dengan nilai 25, kemudian diikuti oleh atribut *contact information*, *multiple language versions* dan *links to social media* dengan nilai efektivitas 20. Instrumen dengan nilai terendah diperoleh pada beberapa atribut yang memiliki nilai efektivitas 0, yaitu *brochure request capabilities*, *feedback forms*, *surveys* dan *frequently asked questions*. Dimensi ini memiliki nilai efektivitas tertinggi ketiga, dengan total rata-rata nilai efektivitas 11,11 dan memperoleh nilai efektivitas 2,22 dalam skala 5 yang berarti bahwa atribut situs web www.indonesia.travel pada dimensi *communication* berada pada tingkatan cukup efektif.

Dimensi *relationship* pada situs web www.indonesia.travel berada pada peringkat terakhir dengan nilai rata-rata efektivitas pada tiap instrumennya bernilai 0 dan memperoleh nilai efektivitas 0 dalam skala 5 yang berarti bahwa efektivitas atribut situs web www.indonesia.travel pada dimensi *relationship* berada pada tingkatan sangat rendah. Hasil evaluasi pada dimensi ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang erat antara dimensi *transaction* dan dimensi *relationship*. Rendahnya efektivitas pada dimensi *transaction* yang mengindikasikan bahwa situs web www.indonesia.travel belum memaksimalkan penawaran transaksi secara online, mencerminkan bahwa dimensi *relationship* juga akan memperoleh nilai efektivitas yang rendah pula. Hal tersebut dikarenakan dimensi *relationship* berperan untuk memaksimalkan pemasaran produk dan jasa pariwisata yang tersedia pada situs web DMO, sedangkan dimensi *transaction* berperan untuk menampilkan fitur apa saja yang tersedia untuk menjual produk dan jasa pariwisata yang terdapat pada suatu situs web DMO.

Pada dimensi *technical merit* seluruh instrumen dinilai sangat penting untuk diimplementasikan pada situs web www.indonesia.travel. Terdapat tiga instrumen yang

memperoleh nilai sempurna pada dimensi ini, yaitu *link workability*, *mobile navigation* dan *web page responsiveness* dengan nilai efektivitas 25. Instrumen dengan nilai terendah diperoleh oleh atribut *site map* dengan nilai 0. Instrumen pada dimensi ini memperoleh nilai efektivitas tertinggi diantara dimensi evaluasi yang lain, dengan total nilai rata-rata efektivitas 18,64 dan memperoleh nilai efektivitas 3,73 dalam skala 5 yang berarti bahwa efektivitas atribut situs web *www.indonesia.travel* pada dimensi *information* berada pada tingkatan sangat baik.

Untuk melihat tingkat efektivitas situs web *www.indonesia.travel* secara keseluruhan, dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus (3) yang menjumlahkan dan mencari nilai rata-rata efektivitas dari keseluruhan 50 atribut situs web yang telah dinilai. Selanjutnya rata-rata dari 50 atribut evaluasi tersebut disederhanakan pada skala nilai 5 sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Total Efektivitas} = \frac{11,18}{5} = 2,24$$

Dari hasil perhitungan akhir tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan atribut situs web *www.indonesia.travel* berada pada tingkatan cukup efektif dengan nilai total efektivitas 2,24.

4.5 Hubungan Antara Kompleksitas dan Performa Situs Web

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kompleksitas pada penelitian ini mengacu pada aspek teknologi yang terdapat pada suatu situs web yang diukur dengan skala likert dalam skala nilai 5, dengan penilaian angka 1 = sangat mudah untuk diimplementasi, hingga angka 5 = sangat rumit untuk diimplementasi. Hasil penilaian tingkat kompleksitas yang telah diujikan pada situs web *www.indonesia.travel* selanjutnya dianalisis apakah memiliki pengaruh terhadap performa situs web tersebut.

Untuk menganalisis hubungan antara kedua variabel tersebut, digunakan metode korelasi Pearson dengan menggunakan aplikasi SPSS dalam pengolahan datanya. Setelah melakukan pengolahan data, didapatkan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.12. Hasil uji korelasi kompleksitas dan performa situs web

		kompleksitas	performa
kompleksitas	Pearson Correlation	1	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	39	39
Performa	Pearson Correlation	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil pengujian yang terlihat pada tabel 4.12, didapatkan angka koefisien korelasi .740** yang memiliki arti bahwa korelasi antara kompleksitas dan performa situs web adalah kuat. Tanda dua bintang (**) menyatakan bahwa terdapat hubungan korelasi yang signifikan antara kedua variabel, memiliki arti bahwa semakin tinggi tingkat kompleksitas situs web maka semakin tinggi pula performanya. Kesimpulan dari pengujian ini adalah: korelasi antara variabel tingkat kompleksitas dan performa situs web adalah kuat dan signifikan.