

KONSEP DESAIN WEBSITE MUSEUM SEPULUH NOPEMBER DALAM MENGENANG PERISTIWA IKONIK DI SURABAYA

Wavi Krisdiar Hidayat¹⁾, Pungky Febi Arifianto²⁾, Diana Aqidatun Nisa³⁾

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Corresponding Author: ¹ 21052010166@student.upnjatim.ac.id, ² pungkyarifianto.dkv@upnjatim.ac.id,

³ diananisa.dkv@upnjatim.ac.id

Article Info

Article history:

Received: April 27, 2025

Revised: May 12, 2025

Accepted: May 30, 2025

Published: June 30, 2025

Keywords:

User interface design

Sepuluh Nopember

Museum

Design thinking

Educational media

Iconic event

ABSTRACT

Sepuluh Nopember Museum in Surabaya is a historical icon that commemorates the heroic events of November 10, 1945. However, limited access to digital information reduces the opportunity for people, especially the younger generation, to learn more about this history. This research aims to design an interface design for the Museum Sepuluh Nopember website that is informative and educational. The design method uses a design thinking approach. The results show that the user interface design to present an intuitive user experience through a clear navigation structure, the use of visual elements that support historical themes, and the integration of interactive features. Thus, this website is expected to be an effective educational media in remembering the iconic events in Surabaya while increasing public interest in the history of the nation's struggle.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Museum Sepuluh Nopember di Surabaya merupakan salah satu simbol ikonik perjuangan bangsa Indonesia dalam mempertahankan kemerdekaan. Museum ini didirikan untuk memperingati peristiwa ikonik pada 10 November 1945, yang juga dikenal sebagai Hari Pahlawan. Peristiwa tersebut merupakan sejarah yang mencerminkan semangat juang rakyat Surabaya melawan penjajah, menjadikannya bagian penting dari identitas nasional. Surabaya sebagai Kota Pahlawan dikenal karena kota ini berkaitan dengan perjuangan, keberanian, dan terdapat pertempuran 10 November 1945 sebagai momen paling bersejarah dan simbol perjuangan dari *arek-arek Suroboyo* dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Semangat dan keberanian Bung Tomo dengan para pejuang dalam melawan penjajah Belanda merupakan tanda dari kegigihan rakyat Indonesia [1]. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, tantangan untuk menjaga relevansi dan eksistensi museum dalam menyampaikan pesan sejarah semakin besar, terutama di era digital yang didominasi oleh teknologi informasi.

Saat ini akses informasi mengenai Museum Sepuluh Nopember masih terbatas, sehingga tidak semua lapisan masyarakat, khususnya generasi muda dapat dengan mudah mengenal dan memahami nilai-nilai bersejarah. Informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar dapat meningkatkan pengetahuan mereka [2]. Sekaligus dikarenakan kondisi dimana generasi muda yang selalu menggunakan *platform* digital untuk mencari informasi hingga hiburan [3].

Kehadiran dari *platform* digital seperti *website* dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi keterbatasan tersebut. *Website* dapat dirancang sebagai media untuk promosi dan sarana edukasi yang tentunya telah terbukti bekerja dan efektif dalam berbagai bidang. *Website* dianggap sebagai media promosi efisien dan tetap hemat [4]. Menurut penelitian yang dipublikasikan pada jurnal Sustainability, *website* pariwisata seperti UNESCO Global Geopark dan International Dark Sky terbukti efektif meningkatkan pengetahuan tentang jenis pariwisata tersebut yaitu *geotourism* dan *astrotourism*, yang menunjukkan bahwa *website* berperan penting dalam menyediakan informasi yang tepat sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna [5]. *Website*

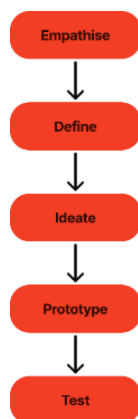
yang dirancang dengan baik dapat menjadi sarana edukasi yang menarik, interaktif, informatif, dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Namun Museum Sepuluh Nopember belum memiliki *website* resminya sendiri [1]. Oleh karena itu diperlukannya *website* Museum Sepuluh Nopember yang informatif dan edukatif mencakup informasi terkait sejarah, koleksi peninggalan, dan acara yang akan berlangsung di museum tersebut.

Pada perancangan yang dilakukan tentunya bertujuan untuk merancang desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang mampu menyampaikan informasi secara efektif dan edukatif, sekaligus memberikan pengalaman pengguna yang mengesankan. Dalam proses perancangannya, pendekatan yang dilakukan menggunakan metode *design thinking* untuk memastikan bahwa kebutuhan pengguna maupun *stakeholder* menjadi prioritas utama. Metode ini menggunakan proses yang berulang untuk memaami kebutuhan pengguna dan merumuskan permasalahan untuk mendapatkan ide atau solusi yang tidak akan terlihat langsung dengan pemahaman awal [6].

Oleh karena itu, *website* Museum Sepuluh Nopember diharapkan tidak hanya menjadi sarana informasi saja, tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran sejarah dan membangkitkan rasa bangga terhadap perjuangan bangsa. Dengan begitu, museum dapat menjangkau masyarakat (audiens) yang lebih luas, hingga meningkatkan *branding* atau perannya sebagai media edukasi yang tetap relevan pada era digital seperti saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Pada perancangan konsep desain *website* Museum Sepuluh Nopember akan menggunakan *framework* dari metode *Design Thinking*. Metode *design thinking* adalah metode dengan pendekatan *human centris* agar menghasilkan ide dan Solusi dari suatu permasalahan [7]. Metode ini memiliki beberapa tahap atau alur pengerjaan, yaitu *empathise*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.



Gambar 1. Metode *Design Thinking*
(Sumber: Data Pribadi, 2025)

Tahap *empathise* adalah tahapan yang berfokus untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam. Tahap *emphatise* mengambil pendekatan dengan metode kualitatif yang menggunakan wawancara dan observasi [8].

Tahap *define* adalah tahapan selanjutnya setelah *empathise* yang dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang telah didapat atau dengan proses yang lain. Tahap *define* menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner untuk merumuskan permasalahan, mendapatkan target *user* dan menentukan konsep desain.

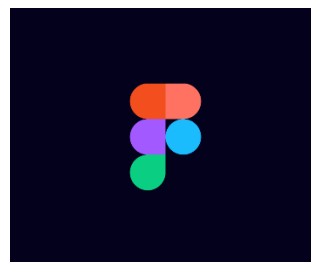
Tahap *ideate* adalah tahapan yang dilakukan dengan fokus untuk menghasilkan ide maupun Solusi yang akan dikembangkan lebih jauh di tahap selanjutnya [9]. Tahap *ideate* adalah tahap mengumpulkan dan merancang ide melalui referensi, melakukan pembuatan *information architecture*, *user flow*, *icon*, dan *low-fidelity wireframe* berdasarkan data yang telah dianalisis.

Tahap *prototype* adalah tahapan yang menjadikan ide maupun solusi yang telah didapatkan menjadi suatu desain yang akan di tes [8]. Tahap ini berfokus untuk menghasilkan desain maupun produk [10]. Tahap *prototype* hanya melanjutkan tahap sebelumnya yaitu merancang *high-fidelity design* hingga *prototyping*.

Tahap *test* adalah tahap untuk menguji dan mengevaluasi dari hasil *prototype design* yang telah dibuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain *website* Museum Sepuluh Nopember dalam perancangannya menggunakan *software* aplikasi Figma. Figma adalah *platform* desain berbasis *web* maupun *software* aplikasi secara *real-time* karena sesama pengguna dapat saling berkolaborasi sebagai tim untuk mengerjakan suatu desain proyek. Figma diperuntukkan untuk membuat *user interface design* dengan *user experience*, dan melakukan *prototyping*, baik untuk membuat *web design* ataupun *mobile design*. Dalam Figma itu sendiri terdapat *Figjam* yang digunakan sebagai platform untuk melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide sebelum proses perancangan.



Gambar 2. Figma
(Sumber: Figma Community, 2025)

Pada perancangan konsep desain *website* Museum Sepuluh Nopember mendapatkan hasil dan pembahasan sebagai berikut.

3.1. Tahap *Empathise*

Tahap ini mengambil pendekatan dengan mengumpulkan data dari wawancara dan observasi. Hasil analisis data wawancara dan observasi adalah sebagai berikut.

3.1.1. Wawancara

Pada tahap ini, wawancara dilakukan dengan Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya sebagai *stakeholder*, praktisi *UI/UX designer*, dan *frontend developer*, sehingga mendapatkan hasil data sebagai berikut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan staf *IT* pada Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya, yaitu Bapak Vondra Haris Fan mendapatkan hasil dan kesimpulan bahwa perancangan ini memiliki fokus utama untuk kebutuhan *branding* museum menjadi sarana edukasi digital yang informatif dengan target *user* yaitu generasi muda. Konsep desain yang didapatkan melalui wawancara tersebut ditentukan dengan mengikuti tren desain saat ini dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan memiliki fitur yang sekiranya dibutuhkan dan menyambungkan ke *website* Tiket Wisata Surabaya untuk pembelian tiket.

Berikutnya berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan praktisi *UI/UX designer*, yaitu Mas Cevin Leonardo mendapatkan hasil dan kesimpulan bahwa konsistensi dari desain *website* harus sangat diperhatikan, karena dengan konsistensi tersebut desain *website* akan lebih nyaman dilihat dan digunakan. Secara keseluruhan perancangan ini juga harus memperhatikan fokus utama dari *stakeholder*.

Kemudian berdasarkan wawancara dengan *frontend developer*, yaitu Mas Moamad El Abror mendapatkan hasil dan kesimpulan bahwa perancangan desain *website* ini harus disertai dengan pembuatan *design system* sebagai panduan untuk tim pengembang. Sekaligus perlu diperhatikan keseimbangan antara fokus *stakeholder* dan desain *website* yang akan dirancang.

3.1.2. Observasi

Dalam tahap ini juga mengambil observasi langsung ke Museum Sepuluh Nopember dan melalui media internet. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada 19 Oktober 2024 mendapatkan hasil bahwa dengan terdapatnya *website* Museum Sepuluh Nopember dapat menyajikan beragam informasi dan layanan yang diperlukan. Informasi tersebut juga bersifat edukatif, sekaligus menampilkan museum

dalam visualisasi digital termasuk dapat melakukan pembelian tiket secara *online*.

Berdasarkan analisis melalui media internet menggunakan *website* Tiket Wisata Surabaya, *website* Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, dan akun Instagram Musea Surabaya mendapatkan hasil bahwa perancangan ini memberikan informasi yang mencakup jadwal operasional, harga tiket, *event*, dan koleksi dalam museum.

3.2. Tahap *Define*

Tahap ini menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner untuk merumuskan masalah dan mendapatkan target *user*, sekaligus menentukan konsep desain. Berikut merupakan hasil dari tahap *define* yang adalah sebagai berikut.

3.2.1. Kuesioner

Berdasarkan kuesioner yang dilakukan dengan 73 responden mendapatkan hasil bahwa target *user* untuk *website* Museum Sepuluh Nopember adalah generasi muda Indonesia dengan rentan usia 18 - 24 tahun yang memiliki kepekaan terhadap teknologi. Selain itu, kuesioner juga digunakan untuk merumuskan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah yang didapatkan menggunakan *the 4w's technique* berdasarkan kuesioner, yaitu Who is experiencing the problem? Terjawab semua orang, khususnya generasi muda, What is the problem? Terjawab Museum Sepuluh Nopember belum memiliki *website* resminya sendiri, Where does the problem present itself? Terjawab dimulai dari kurangnya kesadaran setiap individu dan kurangnya promosi digital mengenai museum ini, Why does it matter? Terjawab karena untuk mempromosikan Museum Sepuluh Nopember sebagai destinasi wisata sejarah di Surabaya dan memudahkan calon pengunjung untuk mendapatkan informasi *detail* dan terbaru terkait museum.

3.2.2. Konsep Desain

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya, data tersebut dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian, seperti ide, informasi, dan masukan menggunakan *affinity diagram* agar memudahkan proses perancangan yang adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Affinity Diagram (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Berdasarkan *affinity diagram* tersebut, konsep desain yang tepat untuk *website* Museum Sepuluh Nopember secara konsep visual menggunakan *modern minimalist design* dengan banyak foto dan penggunaan *whitespace* serta adanya animasi sederhana. Warna yang digunakan adalah *mocha mousse* yaitu warna yang terpilih berdasarkan *Pantone Color of The Year 2025* dan warna merah yang digunakan pada logo museum.



Gambar 4. Warna (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Sedangkan secara konsep verbal menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya bahasa semi formal yang terkesan santai namun tetap sopan dan informatif. Bahasa Surabaya juga sedikit diberikan agar rakyat Surabaya merasa terpenggil untuk datang. Tipografi yang digunakan adalah tipografi dengan kesan *modern* dan *minimalis* sehingga menggunakan jenis *sans serif* dengan *font* yang digunakan adalah Nunito Sans.

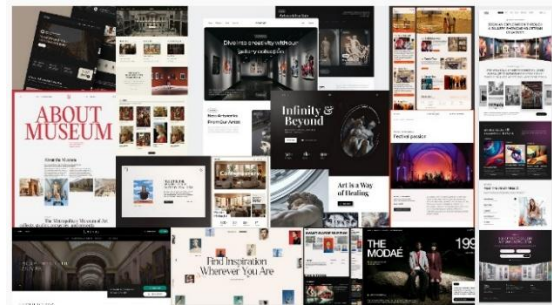
Nunito Sans

Aa Aa Aa Aa
Aa Aa Aa Aa

Gambar 5. Tipografi (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

3.3. Tahap Ideate

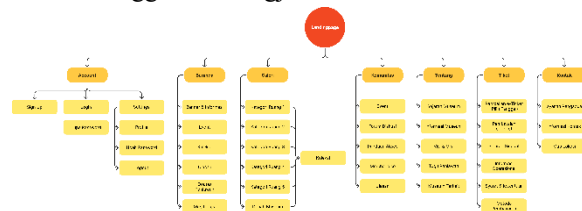
Tahap ini adalah tahap yang dimulai dari merancang ide yang telah dikumpulkan berdasarkan referensi yang sesuai dengan konsep dan ide yang telah ditentukan sebelumnya, dengan membuat *moodboard*.



Gambar 6. Moodboard (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

3.3.1. Information Architecture (IA)

Information Architecture (IA) adalah kerangka yang dibuat untuk memberikan gambaran dari alur informasi dalam banyaknya sistem [11]. *IA* dapat digunakan sebagai panduan untuk pengguna dalam penyelesaian tugasnya dalam *website*. Berikut merupakan *information architecture (IA)* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan Figma.

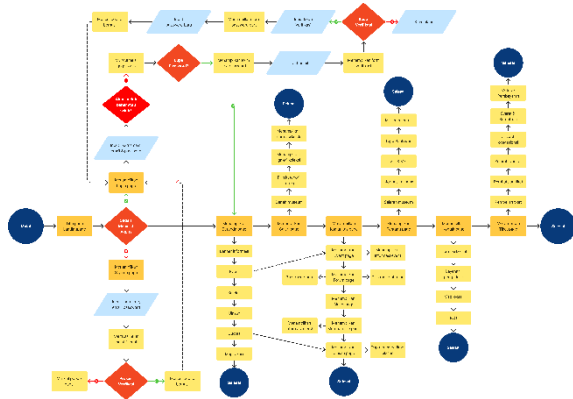


Gambar 7. IA (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

3.3.2. User Flow

User flow adalah alur yang berfokus pada target *user* saat sedang berinteraksi dengan suatu produk [12]. *User flow* dapat digunakan untuk mempermudah proses perancangan desain dengan menggunakan alur yang dapat diambil dari *IA*. Namun perbedaannya adalah *user flow* adalah alur yang akan dilalui oleh pengguna. Dimulai dari ketika pengguna tiba di *landingpage*, kemudian pengguna dapat memilih untuk *login* atau *register* akun mereka maupun langsung menjelajahi *website*. Pengguna akan

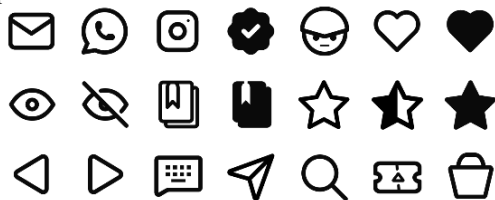
memasuki halaman beranda, galeri, komunitas, tentang, kontak, dan tiket. Berikut merupakan *user flow* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan FigmaM.



Gambar 8. *User Flow*
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

3.3.3. Icon

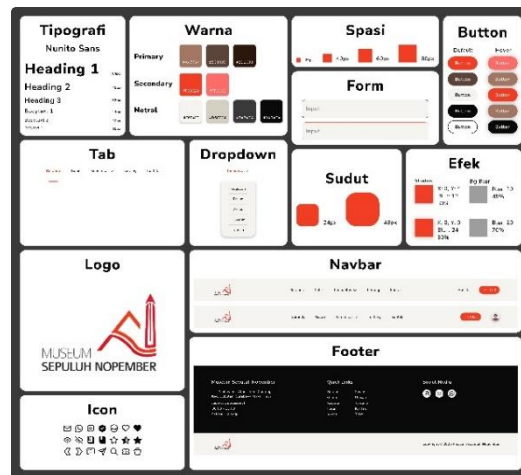
Icon yang digunakan dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah *icon* yang menggunakan konsep desain minimalis. *Icon* tersebut digunakan sebagai pelengkap untuk beberapa fitur yang terdapat didalam *website* Museum Sepuluh Nopember. Berikut merupakan beberapa ikon yang digunakan dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember.



Gambar 9. *Icon*
(Sumber: Data Pribadi, 2025)

3.3.4. Design System

Design system adalah sekumpulan komponen antarmuka pengguna yang menjadi penting karena dapat meningkatkan pengalaman pengguna agar desain *website* mudah dipahami dan dijadikan panduan [13]. *Design system* menjadi pedoman desain yang terdiri dari bermacam-macam komponen desain yang dapat digunakan secara berulang agar desain dari *website* yang akan dirancang dapat tetap konsisten juga sampai ke sistem pengembangannya. *Design system* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember mencakup beberapa warna yang dipakai, tipografi, *button*, *navigation bar*, *footer*, dan masih banyak lainnya. Berikut merupakan *design system* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan Figma.



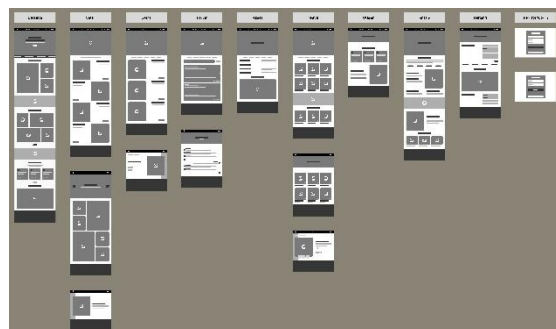
Gambar 10. *Design System*
(Sumber: Data Pribadi, 2025)

3.3.5. Low-Fidelity Wireframe

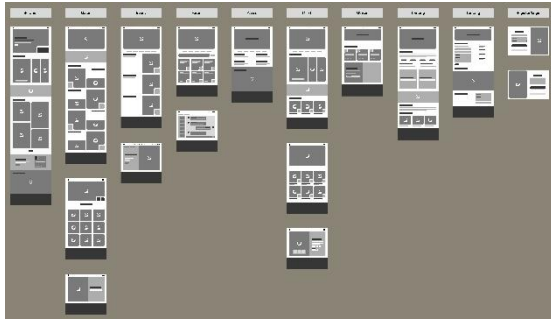
Low-fidelity wireframe merupakan rangkaian kerangka yang digunakan untuk menentukan penempatan dari elemen visual yang akan digunakan dalam fitur pada setiap halaman desain *website*, tanpa memberikan *detail* yang lengkap [14]. Tahapan ini dirancang sebagai acuan untuk merancang tahapan selanjutnya, yaitu *high-fidelity design*. Tahapan ini dibuat menggunakan Figma. Berikut merupakan beberapa alternatif dari *low-fidelity wireframe* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan Figma.



Gambar 11. Alternatif *Low-fi* 1
(Sumber: Data Pribadi, 2025)



Gambar 12. Alternatif *Low-fi* 2
(Sumber: Data Pribadi, 2025)



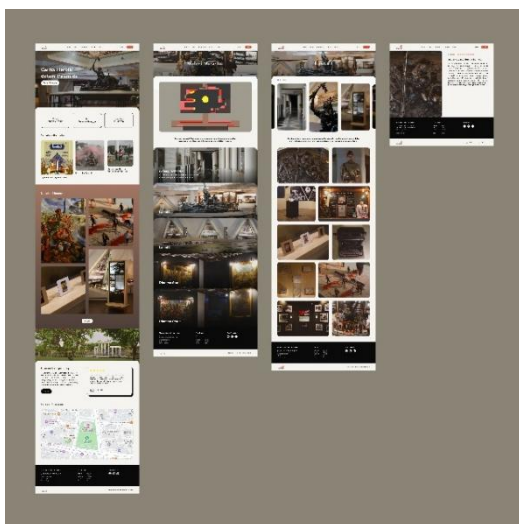
Gambar 13. Alternatif *Low-fi* 3
(Sumber: Data Pribadi, 2025)

3.4 Tahap *Prototype*

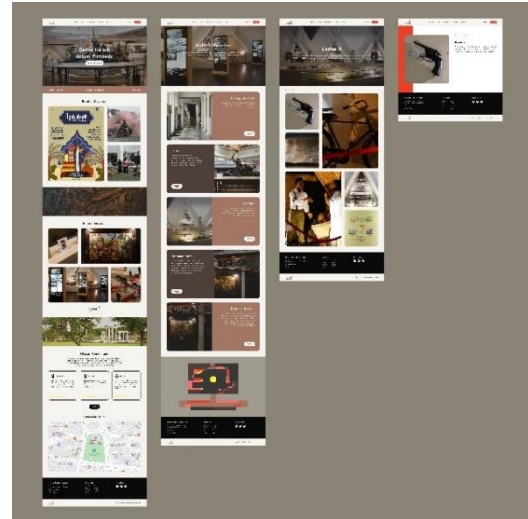
Tahap *prototype* merupakan tahap perancangan desain *website*. Keseluruhan tahapan ini dirancang dengan menggunakan Figma. Dalam tahap ini, beragam ide dan solusi pada tahap sebelumnya akan dikembangkan menjadi sebuah *prototype design*. Terdapat tantangan tersendiri pada tahap ini, yaitu harus dapat memberikan visual atau desain yang jelas berdasarkan konsep dan alur yang telah ditentukan, menggunakan banyak komponen, sehingga konsistensi juga menjadi hal yang diperhatikan dalam proses perancangan.

3.4.1. *High Fidelity Design*

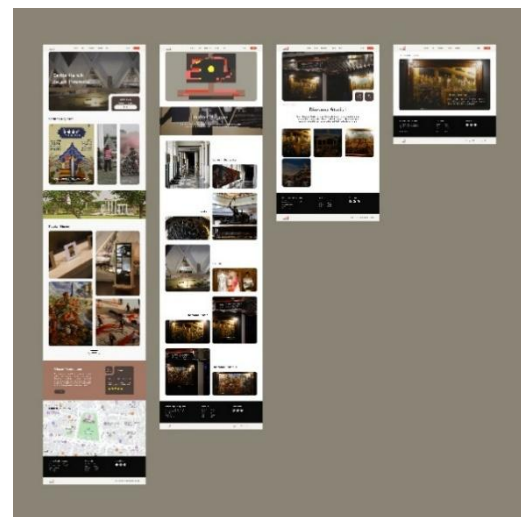
Dalam tahap ini ialah melanjutkan proses dari *low-fidelity wireframe* menjadi *high-fidelity design*. Dalam proses perancangan desain yang menggunakan Figma, *high-fidelity design* dirancang dengan memberikan sekaligus menampilkan elemen visual seperti warna, gambar, *button*, *icon*, dan lain sebagainya. Berikut merupakan beberapa alternatif dari *high-fidelity design* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan Figma.



Gambar 14. Alternatif *Hi-fi* 1
(Sumber: Data Pribadi, 2025)



Gambar 15. Alternatif *Hi-fi* 2
(Sumber: Data Pribadi, 2025)



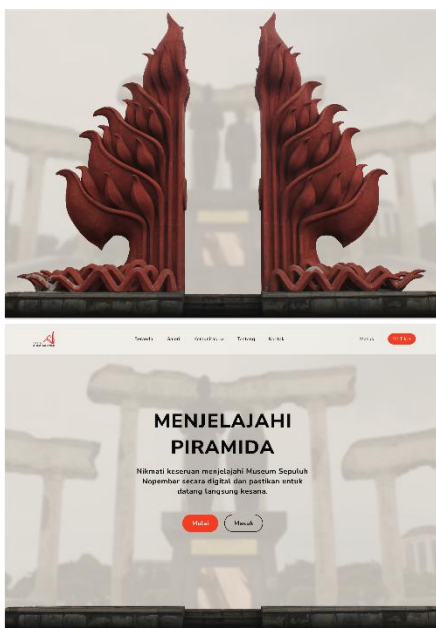
Gambar 16. Alternatif *Hi-fi* 3
(Sumber: Data Pribadi, 2025)

Tahapan berikutnya setelah membuat beberapa alternatif dari *high-fidelity design* adalah melakukan validasi desain agar desain tersebut dapat dipilih dan lebih dikembangkan. Validasi desain dilakukan dengan beberapa pihak terkait, yaitu dosen pembimbing yaitu Bapak Pungky Febi Arifianto, berikutnya dengan praktisi *UI/UX designer* yaitu Mas Cevin Leonardo, dan selanjutnya dengan *stakeholder* yaitu Bapak Vondra Haris Fan sebagai staf *IT* pada Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil dari validasi desain bersama dosen pembimbing terpilih alternatif desain kedua yang digabungkan dengan yang pertama dengan catatan pada halaman atau fitur galeri dapat mengelompokkan koleksi yang terdapat didalam museum berdasarkan ruang museum dan terdapat denah museum. Masukan berikutnya adalah dengan menambahkan animasi.

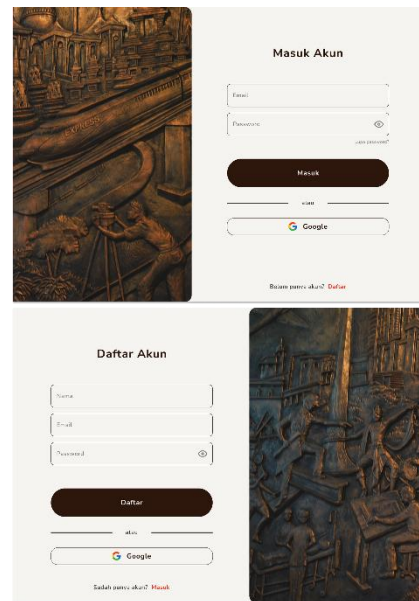
Kemudian berdasarkan hasil validasi desain bersama praktisi *UI/UX designer* mendapatkan beberapa masukan, salah satu contohnya terkait dengan konsistensi desain yang perlu ditingkatkan seperti *button* dalam website dibuat *fill*, teks yang sedikit jangan menggunakan *justify*, warna pada *background website* disarankan menggunakan warna yang sama saja atau dapat membedakannya dengan dibagi *section*, dan lain sebagainya.

Setelah melakukan validasi dengan dengan kedua pihak tersebut, beberapa masukan diterapkan pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang selanjutnya hasil tersebut diperlihatkan kepada *stakeholder*, yaitu Disbudporapar Surabaya. Dalam tahapan ini, desain *website* Museum Sepuluh Nopember sudah sesuai dengan yang diharapkan dan menjadi desain final.



Gambar 17. *Landingpage*
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Landingpage adalah halaman yang dibuat sebagai tempat pengguna pertama kali masuk dalam *website* Museum Sepulu Nopember. Pada halaman ini, terdapat animasi masuk (*intro*) kedalam website ini. Pertama terdapat gapura yang berbentuk seperti bunga atau api semangat yang akan bergerak terbuka dengan background yang *zoom-in*. Kemudian akan memunculkan *navigation bar*, *headline* dengan deskripsinya, dan terdapat dua *button* untuk dapat langsung menjelajahi *website* museum ini ataupun dapat memilih masuk ke akun pengguna.



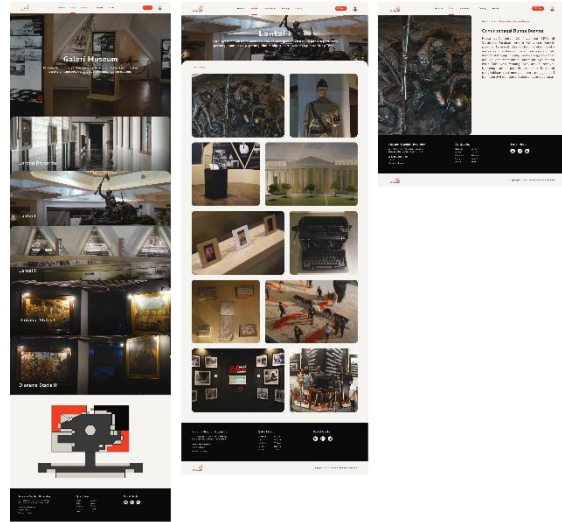
Gambar 18. *Login dan Register*
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman *login* adalah halaman yang digunakan pengguna untuk masuk ke akun mereka masing-masing dengan memasukkan *email* dan *password*. Pada halaman tersebut juga terdapat teks lupa *password* yang dapat diklik. Sedangkan untuk halaman *register* adalah halamann yang digunakan pengguna yang belum memiliki akun untuk membuat akun mereka dengan memasukkan nama, *email*, dan *password*.



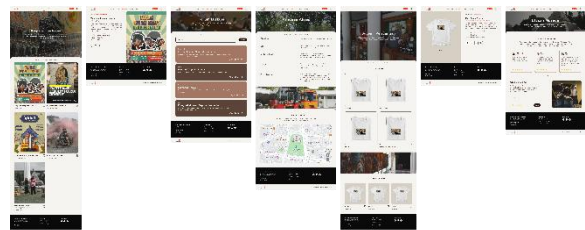
Gambar 19. Beranda
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman beranda pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah halaman yang terdapat *hero section* dengan *headline* bersama deskripsi dan dua *button* yang dapat mengarah ke *website* Tiket Wisata Surabaya dan halaman tentang. Masih pada *hero section*, disini juga terdapat informasi berupa jadwal operasional dan harga tiket masuk museum. Pada *section-section* berikutnya terdapat sorotan kegiatan (*event*), galeri atau beberapa koleksi pilihan, beberapa ulasan menarik dari pengunjung, kata-kata dari beberapa Palawan Perjuangan, dan peta lokasi Museum Sepuluh Nopember.



Gambar 20. Galeri
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman galeri pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah fitur utama dari *website* ini. Pada halaman galeri ini, terdapat koleksi yang disatukan berdasarkan ruang, seperti lorong bercerita, lantai 1, lantai 2, diorama statis 1, dan diorama statis 2, yang masing-masing didalam ruang tersebut terdapat beragam koleksi yang ada di Museum Sepuluh Nopember yang ditampilkan secara digital. Beragam koleksi tersebut juga ditampilkan dengan deskripsi penjelasan yang informatif. Pada *section* terbawah tepat diatas *footer*, terdapat denah museum yang interaktif.



Gambar 21. Komunitas
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman atau fitur komunitas pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah fitur yang terdiri dari halaman kegiatan (*event*), forum, akses, katalog produk (suvenir), dan ulasan. Pada halaman *event* terdapat berbagai *event* yang diselenggarakan di Museum Sepuluh Nopember dan Tugu Pahlawan. Jika salah satu *event* diklik akan menampilkan halaman yang berisi *detail* informasi mengenai *event* tersebut, mencakup judul *event* dengan penampilnya, dan deskripsi singkat mengenai *event* tersebut, serta terdapat jadwal, harga tiket masuk, dan *button* yang mengarah langsung menuju *website* Tiket Wisata Surabaya untuk pembelian tiketnya.

Berikutnya, pada halaman forum terdapat beberapa ruang diskusi yang dapat digunakan oleh

pengguna *website* untuk mengobrol atau berinteraksi dengan pengguna lainnya seputar museum. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat mencari dan membuat ruang obrolan baru pada halaman ini.

Kemudian terdapat halaman akses. Pada halaman akses, terdapat informasi tentang panduan akses untuk calon pengunjung yang akan mengunjungi Museum Sepuluh Nopember yang terdiri dari beberapa transportasi berbeda dengan deskripsi yang informatif. Pada *section* berikutnya terdapat peta lokasi museum.

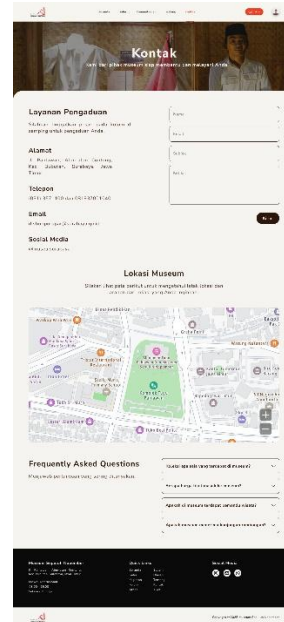
Selanjutnya, pada halaman katalog produk (suvenir) adalah halaman yang menampilkan produk-produk yang dapat dibeli hanya di Museum Sepuluh Nopember. Pada halaman ini, katalog dibedakan menjadi beberapa kategori dan didalamnya terdapat nama dan deskripsi dari produk tersebut.

Fitur terakhir pada fitur komunitas adalah halaman ulasan. Halaman ulasan menunjukkan berbagai ulasan menarik dari berbagai pengunjung. Tidak hanya itu, dibawahnya pengguna juga dapat mengulas memberi *rate* sesuai keinginannya yang nantinya akan ditampilkan diatas.



Gambar 22. Tentang Museum
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman tentang museum pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah halaman yang terdapat beragam informasi, seperti sejarah dari Museum Sepuluh Nopember, lokasi, jadwal operasional, harga tiket masuk, tipe, pemilik, dan pengelola museum. Pada halaman ini juga menampilkan visi dan misi dari Museum Sepuluh Nopember, sejarah dari Tugu Pahlawan, dan akses menuju beberapa *website* museum lainnya.

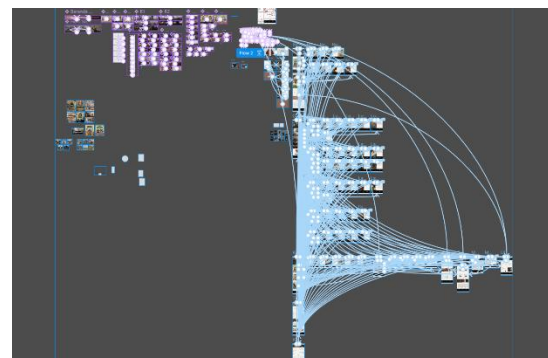


Gambar 23. Kontak
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Halaman kontak pada desain *website* Museum Sepuluh Nopember adalah halaman yang memberikan *form* layanan pengaduan, terdapat informasi yang mencakup alamat museum, nomor telepon pengelola, *email* Disbudporapar Surabaya, dan akun Instagram Musea Surabaya. Pada *section* berikutnya terdapat peta lokasi museum dan *FAQ* atau pertanyaan-pertanyaan yang selalu ditanyakan.

3.4.2. Prototyping

Tahapan selanjutnya adalah *prototyping*. Tahap *Prototyping* adalah proses yang dilakukan agar halaman *website* dapat berpindah menuju halaman lainnya. Tahapan ini digunakan untuk memvisualisasikan desain menjadi seperti *website* nyata. Berikut merupakan *prototyping* dalam desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang berhasil dibuat menggunakan Figma.



Gambar 24. Prototyping
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

3.5. Tahap Test

Tahap test merupakan tahap uji coba hasil desain *website* Museum Sepuluh Nopember. Tahap ini digunakan untuk mengevaluasi hasil desain yang telah di *prototyping* dengan penambahan animasi, apakah terdapat *error* ataupun kesalahan akses. Sebelumnya tahap *test* telah dilakukan dengan menggunakan proses validasi desain bersama pihak-pihak terkait, namun untuk keseluruhan dari hasil desain *website* Museum Sepuluh Nopember akan menggunakan *System Usability Scale (SUS)* dengan 5 responden berusia 18 – 24 tahun dengan latar belakang pelajar/mahasiswa.

System Usability Scale (SUS) menggunakan 10 pertanyaan untuk evaluasi dari kegunaan sistem *website* dengan pertanyaan sebagai berikut.

1. Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi
2. Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan
3. Saya merasa sistem ini mudah digunakan
4. Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini
5. Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan dengan semestinya
6. Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada sistem ini)
7. Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat
8. Saya merasa sistem ini membingungkan
9. Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini
10. Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini

Dengan SUS juga menggunakan 5 interpretasi skor, yaitu 1 adalah sangat tidak setuju, 2 adalah tidak setuju, 3 adalah netral, 4 setuju, dan 5 adalah sangat setuju.

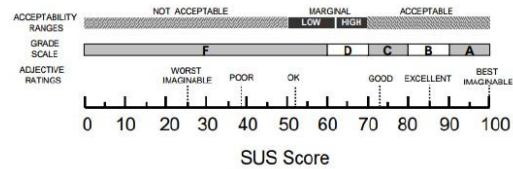
Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	5	2	4	1	5	1	3	1	4	2
R2	5	1	5	1	5	2	4	1	4	2
R3	4	1	5	1	5	2	4	1	4	2
R4	4	1	5	1	5	1	4	1	5	2
R5	5	1	4	1	5	2	4	1	4	2

Gambar 25. Jawaban *SUS*
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Tahapan berikutnya adalah melakukan perhitungan berdasarkan hasil jawaban tersebut. Skor yang didapatkan dari pertanyaan nomor ganjil dikurangi 1 (Q-1). Sedangkan skor dari pertanyaan nomor genap kurang skornya dari 5 (5-Q), kemudian dijumlahkan dan dikali 2.5 untuk mendapatkan nilainya. Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SUS*.

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Nilai
R1	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	34	85
R2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36	90
R3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	35	87.5
R4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37	92.5
R5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	35	87.5
											88.5	

Gambar 26. Perhitungan *SUS*
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)



Gambar 27. *SUS Score*

(Sumber: www.edisusilo.com/cara-menggunakan-system-usability-scale, 2025)

Berdasarkan hasil dari *System Usability Scale (SUS)* yang telah dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa perhitungan *SUS* mendapatkan nilai rata-rata 88.5 yang menunjukkan nilai yang sudah terbilang tinggi dan mendapatkan kategori *rating Excellent*, bahwa sebagian besar responden memperlihatkan kepuasan yang tinggi dari keseluruhan sistem.

4. KESIMPULAN

Museum Sepuluh Nopember yang terletak di Kota Surabaya adalah salah satu museum yang berpotensi karena memiliki nilai sejarah yang sangat penting dan belum memiliki *website* resminya sendiri. Oleh karena itu, diperlukan adanya desain *website* Museum Sepuluh Nopember yang menggunakan konsep desain, yaitu *modern minimalist design* dengan perpaduan banyak gambar dan *whitespace*, serta penambahan animasi sederhana. Tidak lupa juga dengan menghasilkan konsistensi dari desain *website* dan nyaman digunakan oleh pengguna yang telah dibuktikan melalui *testing* menggunakan *System Usability Scale (SUS)*.

Perancangan konsep desain *website* Museum Sepuluh Nopember merupakan *website* yang dirancang dengan tujuan utama untuk *branding*. *Branding* dari Museum Sepuluh Nopember sebagai media promosi dan sarana edukasi digital yang diarahkan khususnya untuk generasi muda Indonesia agar tidak melupakan dan terus mengingat sejarah perjuangan pahlawan, serta peristiwa ikonik atau dapat dibilang sebagai pertempuran Surabaya yang menjadikan Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. M. De Prito, I. A. Suryasih, I. G. A. O. Mahagangga, and I. M. B. Ariwangsa, 'Pengembangan Dtw Museum

- Perjuangan 10 November 1945 Sebagai Pariwisata Berbasis Sejarah Di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur', *J. Destin. PARIWISATA*, vol. 9, no. 2, p. 364, Dec. 2021, doi: 10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p15.
- [2] M. R. Uthama, I. Saefulrahman, and I. Akbar, 'EFEKTIVITAS MEDIA INFORMASI DALAM PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN DI KOTA BANDUNG (Studi Tentang Pemanfaatan Media Sosial Humas Kota Bandung Dalam Penyebarluasan Informasi Program Kerja Pemerintah Bidang Kesehatan Tahun 2020)', *J. Adm. Pemerintah. Janitra*, vol. 1, no. 2, p. 156, Feb. 2022, doi: 10.24198/janitra.v1i2.38249.
- [3] N. L. Wiratami, N. K. C. Widiastuti, and N. P. D. Elysiana, 'PENGARUH LITERASI DIGITAL PADA GENERASI Z TERHADAP PENINGKATAN BUDAYA LITERASI UNTUK MELAHIRKAN GENERASI PENERUS BANGSA YANG BERKUALITAS DI ERA KEMAJUAN ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI', *Pros. Pekan Ilm. Pelajar PILAR*, vol. 3, Apr. 2023, [Online]. Available: <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6166>
- [4] D. Yunita and H. C. Nainggolan, 'Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Prima Wisata Edukasi Desa Wisata Selemak Kabupaten Deli Serdang', *J. Mandalika Rev.*, vol. 3, no. 1, pp. 40–47, Feb. 2024, doi: 10.55701/mandalika.v3i1.146.
- [5] M. Xanthakis, A. Simatou, N. Antonopoulos, A. Kanavos, and N. Mylonas, 'Alternative Forms of Tourism: A Comparative Study of Website Effectiveness in Promoting UNESCO Global Geoparks and International Dark Sky Parks', *Sustainability*, vol. 16, no. 2, p. 864, Jan. 2024, doi: 10.3390/su16020864.
- [6] A. Firdonsyah, Z. Arwananing Tyas, and L. Ma'rifatun, 'Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan UI/UX Sistem Informasi Penelitian Mahasiswa Berbasis Web', *INFORMAL Inform. J.*, vol. 8, no. 2, p. 136, Aug. 2023, doi: 10.19184/isj.v8i2.33468.
- [7] G. Nabila and S. Wahyuni, 'Penerapan UI/UX Dengan Metode Design Thinking Pada Aplikasi Jaya Indah Perkas', 2022.
- [8] E. Susanti, E. Fatkhiyah, and E. Efendi, 'PENGEMBANGAN UI/UX PADA APLIKASI M-VOTING MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING', 2019.
- [9] I. A. Adha, A. Voutama, and A. A. Ridha, 'PERANCANGAN UI/UX APLIKASI OGAN LOPIAN DISKOMINFO PURWAKARTA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING', *JOISIE J. Inf. Syst. Inform. Eng.*, vol. 7, no. 1, pp. 55–70, 2023.
- [10] W. S. A. Pratama and A. D. Indriyanti, 'Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking', vol. 04, no. 01, 2023.
- [11] W. Suwarno, 'IMPLEMENTASI ARSITEKTUR INFORMASI PADA INOVASI PERPUSTAKAAN', vol. 3, no. 2, 2021.
- [12] C. Browne, 'What Are User Flows In UX Design? [Full Beginner's Guide]'. [Online]. Available: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-are-user-flows/#:~:text=User%20flows%2C%20UX%20flows%2C%20or,through%20to%20the%20final%20interaction.>
- [13] R. A. Kurniawan, 'Pembuatan Design System Menggunakan Pendekatan Atomic Design dan A/B Testing', *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 6, no. 3, pp. 543–549, Jul. 2024, doi: 10.47233/jteksis.v6i3.1346.
- [14] W. Hermawansyah and E. Kusmara, 'PERANCANGAN DESAIN USER INTERFACE & USER EXPERIENCE PADA WEBSITE EPIC TOUR DENGAN MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)', *Inform. Sci. Technol. J.*, vol. 12, no. 2, 2022.