



PEMILIHAN LANDING PAGE DESIGN UNTUK WEBSITE EDUKASI LAWAN TOBI MENGGUNAKAN A/B TESTING

Dodi Wisaksono Sudiharto¹, Hilda Zulfa Hayuni², Salsabila K. Putri³, Nuha Nurul Hayah⁴

¹ Program Studi Informatika, Fakultas Informatika, Universitas Telkom

² Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

^{3,4} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

* dodiws@telkomuniversity.ac.id, hildazulf@gmail.com, salsabilakatyaputri20@gmail.com, nuhanurul20@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima 29 Oktober 2021

Direvisi 17 Januari 2022

Disetujui 9 Februari 2022

Tersedia Online 28 Februari 2023

ABSTRAK

TBC (Tuberkulosis) merupakan penyakit yang dapat merenggut nyawa dan anak merupakan entitas yang rentan terhadap penyakit tersebut. Di Indonesia penyakit ini menempati porsi tiga besar yang membawa dampak negatif bagi masyarakat di Indonesia. Salah satu daerah yang secara populasi banyak terjadi kasus penderita penyakit ini adalah Desa Kadungora, Garut, Jawa Barat. Sehingga terdapat rencana pembuatan website edukasi bernama Lawan Tobi, yang ditujukan untuk anak-anak dan juga untuk para orang tuanya tentang upaya yang dapat dilakukan untuk mencegah terkena penyakit tersebut. Salah satu elemen penting adalah desain landing page dari website. Pada paper ini diungkap bagaimana pemilihan desain *landing page* menggunakan teknik *A/B Testing*.

Keyword: A/B Testing, Landing Page, Lawan Tobi, Innovillage 2021

Korespondensi:
Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, 40257
Indonesia
E-mail : dodiws@telkomuniversity.ac.id

ORCID ID:

Penulis Pertama: Dodi Wisaksono Sudiharto

<https://doi.org/10.25124/charity.v5i2.4266>

Page 153 – 158 © The Authors. Published by Directorate of Research and Community Service, Telkom University.
This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Berkaitan dengan acara tahunan Innovillage 2021, diajukan suatu solusi berupa rencana pembuatan website edukasi untuk anak, bernama Lawan Tobi, yang akan digunakan sebagai alat sosialisasi pencegahan penyakit TBC (Tuberkulosis) di Desa Kadungora, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam suatu rencana pembuatan website adalah desain dari *landing page* yang digunakan. Sebab, hal ini dapat menjadi suatu alat agar *user* yang mengakses situs menjadi semakin tertarik untuk mengeksplorasi apa yang disampaikan dalam situs tersebut. Sehingga *testing* dari desain *landing page* perlu dilakukan untuk mendapatkan hasil yang baik sesuai perspektif dari *user* yang mengakses situs tersebut [1].

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menentukan *landing page* yang akan digunakan, dapat digunakan *A/B Testing*. *A/B Testing* adalah sebuah metode yang dapat digunakan untuk memilih satu dari dua atau lebih pilihan untuk digunakan dengan asumsi bahwa itu adalah pilihan yang terbaik. Cara pemilihan dapat dilakukan dengan survey maupun secara langsung berdasarkan asumsi dari cara *user* berinteraksi atau merespon obyek yang diteliti [2] [3].

Penggunaan *A/B Testing* ini memiliki beberapa alasan berkaitan dengan pembuatan *landing page*, seperti untuk meningkatkan *awareness* dari produk atau *service* yang ditawarkan [3].

Meski penggunaan *A/B Testing* ini berkesan sederhana, namun metode ini banyak digunakan oleh banyak perusahaan. Bahkan perusahaan sekelas Google mengeluarkan *tools* terkait penggunaan metode ini, yang dinamakan *Google Optimize* [4].

Selain itu, ada pula *developer* yang mengembangkan produk *A/B Testing* dalam bentuk *plugin* yang dapat diintegrasikan dengan mudah pada *framework* seperti *Wordpress* [5]. Penggunaan *plugin* semacam ini sangat cocok untuk usaha bisnis kecil dan menengah mengingat pengembangan website atau situs menggunakan *Wordpress* relatif mudah.

Saat membangun website, keberadaan *landing page* menjadi hal yang penting. Sebab, ia merupakan *page* di mana *developer* mengharapkan trafik yang datang kepadanya akan mengkonversi *visitor* menjadi *customer*. Desain *landing page* yang kurang baik akan memunculkan *bounce rate*, yaitu nilai pengunjung yang langsung keluar dari suatu *page* yang baru saja dikunjungi tanpa melakukan hal yang berarti [6].

2. Kerangka Kerja (*Framework*)

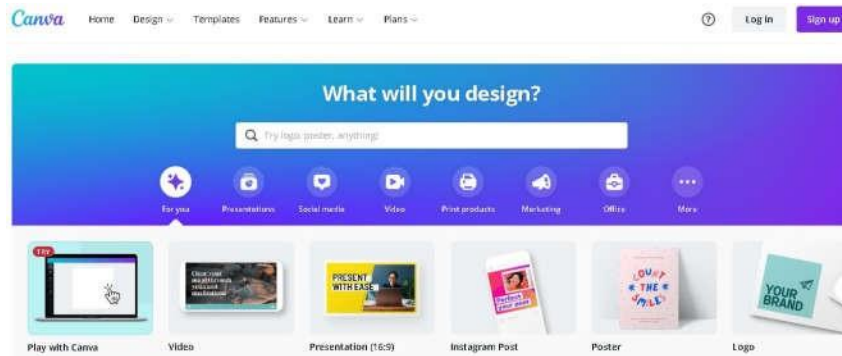
Untuk dapat menghasilkan pilihan *landing page* yang diinginkan, terdapat langkah kerja yang perlu dilakukan, yaitu sbb:

- a. Mendesain *landing page* dan opsi *landing page* lainnya (sebagai alternatif).
- b. Melakukan survey ketertarikan *user* terhadap desain dari *landing page*, di mana *user* merupakan masyarakat umum. *Landing page* yang akan digunakan adalah *landing page* yang memiliki persentase diminati *user* paling banyak (pada langkah 2). Pada dasarnya

pendefinisian ketertarikan *user* menggunakan *A/B Testing* bisa berdasarkan asumsi [7] [8].

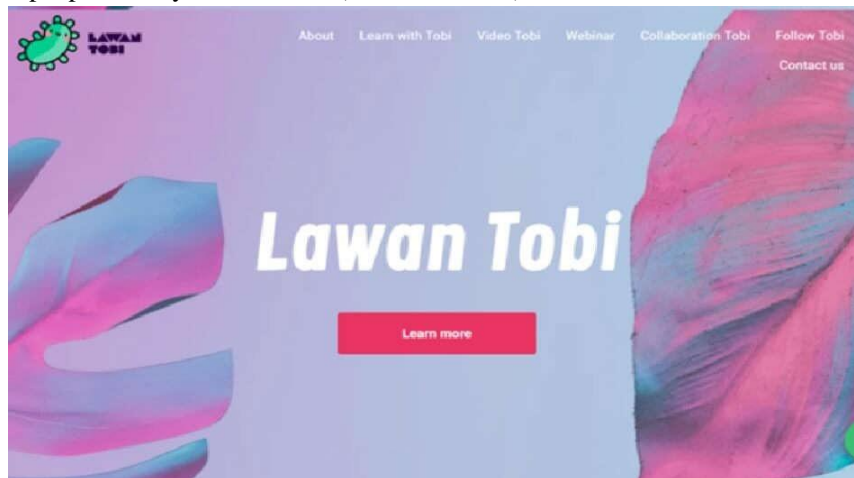
2.1. Desain *Landing Page*

Untuk pengembangan desain dari *landing page*, digunakan *Canva*. *Online tools* ini dipilih karena kemudahannya dalam penggunaannya serta memiliki *feature* yang mumpuni terkait dengan desain untuk *landing page* [9] [10].



Gambar 1. *Canva*

Untuk desain *landing page* yang akan digunakan pada website, sebagai opsi pertamanya, adalah sbb (lihat Gambar 1):



Gambar 1. Opsi pertama desain *landing page*

Desain tersebut dipilih dengan mengutamakan aspek grafis yang artistik, sesuai dengan kultur budaya di Indonesia. Sedangkan variasinya, sebagai opsi kedua, mengedepankan informasi yang harapannya bila dibaca secara sekilas, *user* akan mendapatkan gambaran umum dari Situs Lawan Tobi. Desain *landing page*-nya dapat dilihat sbb (lihat Gambar 2):



Gambar 2. Opsi kedua desain *landing page*

2.2. Survey Ketertarikan User Terhadap Desain Landing Page

Kemudahan dari teknik *A/B Testing* adalah dapat dilakukan survey sederhana dengan menanyakan ketertarikan *user* terhadap desain dari beberapa pilihan *landing page*.

Untuk opsi desain pertama ditanyakan pada 30 responden, dan hasilnya sebanyak 22 *user* tertarik terhadap desain tersebut atau persentasenya adalah sebesar 73,33%. Sedangkan untuk opsi desain kedua, juga ditanyakan pada 30 responden lainnya (berbeda dengan 30 responden pertama), dan hasilnya sebanyak 11 *user* tertarik pada desain tersebut atau presentasenya adalah sebesar 36,67%.

2.3. Landing Page yang Digunakan

Dari hasil survey, berupa opsi pertama di mana *user* yang tertarik adalah 73,33%, dan opsi kedua di mana *user* yang tertarik adalah 36,67%, maka dipilih opsi pertama sebagai desain yang akan digunakan sebagai *landing page* pada rencana pembuatan Website Edukasi Lawan Tobi.

3. Kesimpulan

A/B Testing merupakan teknik yang mudah dan dapat digunakan untuk pemilihan desain *landing page* dari sebuah rencana pembuatan website. Teknik ini juga dapat digunakan untuk rencana pembuatan *landing page* pada situs lainnya. Dari hasil survey, opsi pertama menjadi pilihan sebagai desain yang digunakan sebagai *landing page*.

LAMPIRAN

Data Survey (Desain Opsi Pertama)		Data Survey (Desain Opsi Kedua)	
Nama User	Tertarik pada Desain?	Nama User	Tertarik pada Desain?
Guest-A1	Ya	Guest-B1	Tidak
Guest-A2	Tidak	Guest-B2	Tidak
Guest-A3	Ya	Guest-B3	Tidak
Guest-A4	Ya	Guest-B4	Ya
Guest-A5	Ya	Guest-B5	Ya
Guest-A6	Tidak	Guest-B6	Tidak
Guest-A7	Tidak	Guest-B7	Tidak
Guest-A8	Tidak	Guest-B8	Tidak
Guest-A9	Ya	Guest-B9	Tidak
Guest-A10	Ya	Guest-B10	Tidak
Guest-A11	Ya	Guest-B11	Tidak
Guest-A12	Tidak	Guest-B12	Ya
Guest-A13	Ya	Guest-B13	Ya
Guest-A14	Ya	Guest-B14	Tidak
Guest-A15	Ya	Guest-B15	Tidak
Guest-A16	Ya	Guest-B16	Tidak
Guest-A17	Tidak	Guest-B17	Ya
Guest-A18	Tidak	Guest-B18	Tidak
Guest-A19	Ya	Guest-B19	Ya
Guest-A20	Ya	Guest-B20	Tidak
Guest-A21	Ya	Guest-B21	Ya
Guest-A22	Ya	Guest-B22	Tidak
Guest-A23	Ya	Guest-B23	Ya
Guest-A24	Ya	Guest-B24	Ya
Guest-A25	Tidak	Guest-B25	Ya
Guest-A26	Ya	Guest-B26	Ya
Guest-A27	Ya	Guest-B27	Tidak
Guest-A28	Ya	Guest-B28	Tidak
Guest-A29	Ya	Guest-B29	Tidak
Guest-A30	Ya	Guest-B30	Tidak

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Ash, M. Ginty, and R. Page, *Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversions*, Second. Indianapolis, Indiana: John Wiley & Sons, 2012.
- [2] D. Siroker and P. Koomen, *A/B Testing: The Most Powerful Way to Turn Clicks Into Customers*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2013.
- [3] E. Taylor, "How to Use a Survey to Conduct an A/B Image Test," *driveresearch*, 2021. [Online]. Available: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/conducting-ab-testing-use-an-online-survey-for-better-insights/>. [Accessed: 16-Jan-2022].
- [4] J. McMillen, "The 20 Most Recommended AB Testing Tools By Leading CRO Experts (2021 Update)," *Conversion Sciences*, 2021. [Online]. Available: <https://conversionciences.com/ab-testing-tools/>. [Accessed: 16-Jan-2022].
- [5] S. Price, "7 Best WordPress Plugins for A/B Testing," *HostGator*. [Online]. Available: https://www.hostgator.com/blog/best-wordpress-plugins-ab-testing/?utm_source=google&utm_medium=genericsearch&gclid=Cj0KCQiAoY-PBhCNARIsABcz772A48DXuZXhJw4uwTE3uB32Nm5PmNB8LuINIHTG8sITZhqcs7Dqh dcaApVjEALw_wcB&gclid=aw.ds.
- [6] Gie, "Apa itu Bounce Rate? Berikut Pengertian dan Cara Mengoptimalkannya," *accurate*, 2021. [Online]. Available: <https://accurate.id/digital-marketing/apa-itu-bounce-rate/>. [Accessed: 16-Jan-2022].
- [7] A. Cleanthous, "10 Guidelines To Improve The Effectiveness Of A/B Testing," *UsabilityGeek*. [Online]. Available: <https://usabilitygeek.com/10-guidelines-improve-effectiveness-a-b-testing/>. [Accessed: 16-Jan-2022].
- [8] Maulida, "A/B Testing Dalam Marketing: Cara Kerja Dan Manfaat," *CoreFreelancers*, 2021. [Online]. Available: <https://corefreelancers.id/a-b-testing-dalam-marketing-cara-kerja-dan-manfaat/>. [Accessed: 16-Jan-2022].
- [9] A. Shroff, C. Roulston, M. Ruiz, and S. Chen, *Social Media Toolkit*. Social Media Research Network, 2021.
- [10] A. Lo, "This \$1 Billion Startup is Changing How Artists Work," *CNN*, 2018. [Online]. Available: <https://money.cnn.com/2018/02/07/smallbusiness/melanie-perkins-canva/index.html?sr=fbCNN020718melanie-perkins-canva0941PMStory>. [Accessed: 16-Jan-2022].