

PENGEMBANGAN USER INTERFACE WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI WISATA PANTAI KELAPA KABUPATEN TUBAN

Illi Eka Nur Fitriyah¹
Universitas Negeri Surabaya¹
email: illyfitriyah15@gmail.com

Received:
10-02-2025
Reviewed:
20-02-2025
Accepted:
20-02-2025

ABSTRAK: Penurunan jumlah wisatawan di Kabupaten Tuban menunjukkan pentingnya strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan teknologi digital seperti website, khususnya di Pantai Kelapa Tuban yang telah melakukan pengembangan wahana. Optimalisasi desain UI yang komprehensif dan intuitif diperlukan untuk mendukung keberhasilan website dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan konsep, mendeskripsikan proses, hasil, dan uji coba prototype website Pantai Kelapa. Metode penelitian ini menggunakan *Research and Development* dengan pendekatan *Design Thinking*. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, internet, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan matriks SWOT. Proses perancangan menggunakan aplikasi Figma yang selanjutnya dilakukan validasi ahli dan uji coba prototype. Hasil penelitian berupa pengembangan desain UI pada prototype website Pantai Kelapa yang digunakan sebagai media informasi dan promosi wisata. Validasi materi dan media mendapatkan nilai rata-rata 84% dan 96,1%. Pada uji coba terbatas, menggunakan *usability testing* mencapai nilai rata-rata 90% dengan kategori sangat baik. Evaluasi pada kebutuhan krusial juga dilakukan sesuai masukan para ahli dan pengguna website sehingga efektif digunakan.

Kata Kunci: Website, *User Interface*, *Design Thinking*, Pariwisata

ABSTRACT: *The decline in the number of tourists in Tuban Regency highlights the importance of more effective strategies in utilizing digital technology such as websites, especially at Pantai Kelapa Tuban which has developed attractions. Optimization of a comprehensive and intuitive UI design is necessary to support the success of the website in enhancing user experience. The purpose of this research is to determine the concept, describe the process, results, and test the prototype of the Pantai Kelapa website. This research method uses Research and Development with a Design Thinking*



approach. Data collection through observation, interviews, questionnaires, the internet, and documentation, while data analysis uses the SWOT matrix. The design process uses the Figma application, which is then followed by expert validation and prototype testing. The research results in the development of the UI design on the Pantai Kelapa website prototype, which is used as a medium for information and tourism promotion. Validation of the material and media received average scores of 84% and 96.1%. In a limited trial, using usability testing achieved an average score of 90% with a very good category. Evaluation of crucial needs was also conducted based on input from experts and website users to ensure effective use.

Keywords: Website, User Interface, Design Thinking, Tourism

PENDAHULUAN

Potensi pengembangan pariwisata yang menjadi program unggulan di Indonesia dapat meningkatkan PAD dan menciptakan lapangan pekerjaan yang berdampak pada masyarakat setempat. Pada tahun 2023 terjadi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 110,86% atau 10,4 juta kunjungan, sedangkan pada 2022 hanya 5,47 juta kunjungan. Namun, berbanding terbalik dengan Kabupaten Tuban yang mengalami penurunan wisatawan mancanegara dan domestik dalam 5 tahun terakhir pasca pandemi. Pada 2019, jumlah kunjungan mencapai 7 juta, sementara 2023 hanya 6,8 juta (Disbudporapar, 2023). Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif dalam menarik wisatawan termasuk publikasi internet yang dapat memperluas jangkauan informasi dan promosi.

Tahun	Wisatawan		Total
	MN	DT	
2019	793	7.033.343	7.034.136
2020	283	2.896.170	2.896.453
2021	7	3.413.900	3.413.907
2022	35	6.124.619	6.124.654
2023	103	6.817.182	6.817.285

Ket: MN=Mancanegara, DT=Domestik

Kabupaten Tuban memiliki luas wilayah yang berada di jalur Pantai Utara Pulau Jawa. Luasnya 1.904,70 km² dengan panjang pantai yang mencapai 65 km, sehingga memiliki potensi sumber daya pesisir melimpah yang membentang dari arah timur di Kecamatan Palang sampai arah barat di Kecamatan Bancar. Salah satu destinasi wisata yang potensial adalah Pantai Kelapa yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata sejak tahun 2018. Pemberdayaan lingkungan yang bersifat edukatif serta ekosistem yang masih lestari menjadi daya tarik dan ciri khas Pantai Kelapa. Untuk menjaga kualitas destinasi wisata, pengelolaan dan pembangunan dilakukan cukup intensif terutama pada bagian fasilitas pendukung dan infrastruktur.

Pada 2020, Pantai Kelapa telah memiliki website yang dirancang oleh pihak eksternal. Website dipilih sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi dan promosi destinasi wisata. Promosi dalam website yang efektif dapat meningkatkan kredibilitas destinasi wisata (Supriyanta *et al.*, 2015). Namun, keefektifan website dalam menarik minat pengunjung sangat bergantung pada desain *user interface* yang baik (Garrett, 2022). Desain UI yang menarik secara visual dan fungsional dapat meningkatkan minat pengguna untuk eksplorasi lebih lanjut (Lee & Gretzel, 2012). Selain itu, pengalaman pengguna yang baik mempengaruhi keputusan untuk berkunjung (Kim & Fesenmaier, 2008).

User Interface pada website lama Pantai Kelapa Tuban belum kompatibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna dan pengelola wisata. Hal tersebut memerlukan pengembangan desain UI yang lebih efektif, komprehensif dan intuitif. Fitur dan konten yang ada masih terbatas dan belum menyampaikan detail informasi wisata akan dikembangkan secara menyeluruh. Informasi dan promosi mengenai tiket wisata dan wahana juga dilakukan karena banyaknya pertanyaan dari pengunjung maupun keresahan pengelola wisata. Pengembangan wahana dan infrastruktur yang sudah dilakukan diharapkan dapat diinformasikan dan dipromosikan melalui desain user interface yang efektif dengan mengembangkan tampilan antarmuka yang intuitif, konten dan fitur interaktif, serta informasi komprehensif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan permasalahan tentang bagaimana konsep dan proses perancangan UI website menggunakan metode design thinking, dan bagaimana hasil uji coba prototype website menggunakan usability testing setelah dilakukan pengembangan. Oleh karena itu, dapat diketahui tujuan penelitian ini untuk menentukan konsep UI website sesuai kebutuhan pengguna, mendeskripsikan proses perancangan UI website menggunakan design thinking, mendeskripsikan hasil *usability testing*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode R&D (Research and Development) atau penelitian dan pengembangan yang digunakan untuk mengembangkan desain *user interface* dan menghasilkan kebaruan pada prototype website Pantai Kelapa agar lebih efektif sesuai kebutuhan pengguna. Metode perancangan *user interface* menggunakan *design thinking* yang merupakan pendekatan berpusat pada manusia dalam inovasi perancangan yang mengintegrasikan kebutuhan pengguna, teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan produk (Kelley & Brown, 2018). Dalam alurnya, metode ini dikenal dengan pendekatan *Human Centered Approach* yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam proses perancangan (Priyatama, 2021). Kelebihan metode ini dibandingkan dengan metode desain lainnya adalah kemampuannya untuk mengimprovisasi produk akhir dengan baik yang disesuaikan dengan kebutuhan inovator sehingga mengurangi perbaikan berulang jika hasil akhir belum memenuhi kriteria pengguna. Dalam praktiknya *design thinking* memiliki 5 tahapan, diantaranya adalah *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*.

Emphatize fokus utamanya memahami pengguna secara mendalam yang bertujuan untuk merasakan dan menemukan solusi dari masalah yang dihadapi pengguna. Tahap ini dilakukan penelitian terhadap kebutuhan pengguna melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Peneliti menggunakan *emphaty map* untuk menganalisa apa yang dirasakan, dipikirkan, dan dibutuhkan pengguna. Langkah dalam *emphaty map* berisi *who*, *says*, *thinks*, *does*, dan *feels*.

Define merupakan penetapan masalah yang bertujuan untuk merumuskan pernyataan masalah utama. Tahap ini mengumpulkan keseluruhan informasi dan menganalisis hasil observasi menggunakan matriks SWOT. Tahapan ini dapat mendefinisikan permasalahan secara spesifik dengan membuat catatan kebutuhan pengguna yang menghasilkan *problem statement* untuk menciptakan *user persona*.

Ideate berfokus pada pengembangan ide kreatif yang bertujuan untuk menghasilkan berbagai gagasan sebagai dasar pembuatan *prototype*. Solusi inovatif dan kreatif ditentukan dalam tahap ini yang berfungsi sebagai alternatif untuk mengidentifikasi solusi yang paling efektif. Tahap ini menciptakan *design system*, *user flow*, dan *information architecture*.

Prototype merupakan langkah implementasi dari ide yang telah dihasilkan dengan tujuan untuk menggambarkan solusi dari ide kreatif. Pada *prototype* melibatkan pengujian kepada ahli materi dan media untuk mendapatkan penilaian yang didapatkan melalui skala likert, saran, dan masukan. Validator materi pada perancangan ini adalah M. Ludfi, A.Md. selaku Sekretaris II Pokdarwis Pantai Kelapa. Sedangkan validator media pada perancangan ini adalah Akhmad Rizam, A.Md.Kom. yang merupakan UI/UX Designer Urban Athletes Indonesia.

Testing merupakan tahapan uji coba *prototype* untuk mengumpulkan berbagai *feedback* dari pengguna. Pengujian ini dilakukan menggunakan *usability testing* yang ditujukan kepada 5 pengguna,



dimana pengguna diuji sesuai skenario pengujian untuk menilai kegunaan prototype setelah melewati validasi ahli materi dan media. Pengujian dilakukan melalui penyebaran *form online* yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup. Hasil pengujian akan di evaluasi dan di revisi jika ada kesalahan yang dipilih secara krusial. Hasil skor penilaian keseluruhan aspek pengujian ditentukan pada pertanyaan tertutup melalui skala likert.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data menggunakan matriks SWOT yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan informasi dan promosi website Pantai Kelapa. Studi eksisting juga dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pada objek penelitian yang dijadikan panduan untuk menghasilkan perancangan lebih baik.

KERANGKA TEORETIK

Peran Website dalam Industri Pariwisata

Buhalis & Law (2018) menjelaskan bahwa website berperan penting dalam promosi dan distribusi informasi wisata. Website mampu meningkatkan interaksi dengan calon wisatawan dan dapat mempengaruhi keputusan untuk mengunjungi destinasi (Kim & Fesenmaier, 2008). Selain itu, integrasi media sosial dalam website dapat memperluas jangkauan promosi dan memungkinkan interaksi dengan pengguna seperti ulasan dan umpan balik yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan calon wisatawan (Lee & Gretzel, 2012). Website dalam bidang pariwisata dapat digunakan sebagai media informasi, promosi, transaksi, dan komunikasi (Syahrin *et al.*, 2019).

Website dapat mengakomodasi informasi wisata secara komprehensif dengan fasilitas *hypertext* yang tersedia. Penggunaan website terbilang cukup beragam, selain digunakan sebagai media informasi dan promosi website juga dijadikan sebagai media transaksi melalui pemanfaatan fitur, konten, dan navigasi intuitif. Website dapat menjangkau pengguna secara lebih luas melalui mesin pencari atau link *prototype* pada sosial media. Fitur CTA, rating, ulasan, email marketing, dan integrasi media sosial dapat meningkatkan interaksi pengunjung dan mempengaruhi keputusan mereka.

Website sebagai Media Informasi & Promosi

Website merupakan platform yang terdiri dari beberapa halaman dalam suatu domain yang menyediakan berbagai jenis data melalui mesin pencari. Konten yang umumnya ada dalam website mencakup foto, teks, ilustrasi, dan elemen lainnya (Ziyan *et al.*, 2022). Herfandi *et al.* (2022) mendefinisikan website sebagai layanan yang menggunakan fasilitas *hypertext* pada komputer untuk menampilkan informasi multimedia. Ardana menekankan pentingnya penggunaan *hyperlink* dalam mempermudah akses pengguna terhadap informasi melalui internet (Syahrin *et al.*, 2019). Website mampu meningkatkan efisiensi dan aktualitas informasi yang mudah diakses oleh masyarakat di berbagai wilayah melalui internet tanpa memerlukan aplikasi tambahan. Website juga memungkinkan destinasi wisata untuk mempromosikan paket penawaran serta mengumpulkan umpan balik dan ulasan dari pengunjung (Buhalis & Law, 2008).

Pengembangan beberapa fitur dan konten untuk meningkatkan efektifitas website sebagai media informasi dan promosi diantaranya adalah perbaikan tampilan visual sesuai konsep yang diujikan kepada pengelola wisata dan pengguna website, penyederhanaan navigasi, pemesanan dan penawaran tiket, CTA, formulir *booking* untuk transaksi, penawaran harga dan detail *event*, testimoni pengunjung, penawaran dan rekomendasi fasilitas unggulan, *rating* dan *review*, artikel *update* atau rekomendasi bacaan, email marketing, dan integrasi sosial media.

User Interface Design dalam Website

Dalam *Interaction Design Foundation* (2023), *User Interface Design* merupakan aspek penting dari desain produk digital. Tujuan utama desain UI adalah membuat desain antarmuka yang menarik secara visual dan mudah digunakan sesuai kebutuhan. Elemen yang terdapat pada desain UI melibatkan penataan layout, tipografi, warna, ikon dan gambar, navigasi, interaktivitas, dan konsistensi. Desain UI

yang dirancang dengan baik dapat mempromosikan produk digital dan meningkatkan keterlibatan serta kepuasan pengguna dalam berinteraksi dengan website (Yudistia & Nisa, 2023). Desain UI yang baik dan efektif dapat meningkatkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan website (Garrett, 2022). Desain UI mencakup aspek visual dan fungsional yang memudahkan pengguna menavigasi informasi yang disajikan (Lee & Gretzel, 2012).

Putri (2022) menyebutkan bahwa UI adalah bagian komputer dan *software* yang dapat dilihat, disentuh, didengar, dan dimengerti oleh pengguna. UI berperan penting dalam kegunaan sistem, sehingga struktur dan perancangannya harus menjadi prinsip dasar dalam desain. Desain UI yang baik dan menarik dapat mengurangi kebutuhan tambahan untuk pengguna agar tidak cepat beralih dari situs web. Konsistensi dalam UI penting untuk memastikan pemahaman interaksi dan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem yang meliputi tombol, warna, bentuk, serta tata letak yang sesuai dengan fungsinya (Akhir *et al.*, 2022).

Layout dalam UI Website

Layout mengacu pada pengaturan elemen visual website untuk memastikan pengalaman pengguna yang efisien dan estetis. Struktur *layout* melibatkan perancangan yang intuitif untuk membantu navigasi yang jelas guna menarik perhatian pengguna (Preece, 2002). *Layout* menentukan tata letak dari setiap elemen yang dapat mempengaruhi cara pengguna dalam berinteraksi dengan konten. Unsur yang terdapat dalam *layout* website adalah *header*, navigasi, *body*/konten, sidebar, dan *footer*. Sedangkan elemen visual yang terdapat dalam *layout* website adalah *whitespace*, font, teks, ikon dan gambar.

Tipografi dalam UI Website

Pemilihan tipografi sangat mempengaruhi keterbacaan dan estetika desain. Dalam desain UI, tipografi berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang menyampaikan konten dalam hierarki yang jelas serta meyakinkan pengguna untuk tetap berada di situs web. Tipografi mempunyai peran penting dalam keseluruhan tampilan yang meliputi pemilihan jenis *font* dan gaya huruf. Tipografi yang jelas dan informatif membantu memahami informasi secara tepat dan meningkatkan kepuasan pengguna (Bringhurst, 2008).

Implementasi Warna pada UI Website

Warna digunakan untuk menyampaikan emosi dan menciptakan hierarki visual. Pemilihan warna yang tepat dapat mempengaruhi suasana hati dan membantu membedakan elemen penting dalam UI. Pemilihan warna yang konsisten dapat membangun identitas merek dan konsistensi visual (Tufte, 1991).

Ikon dan Gambar dalam UI Website

Ikon dan gambar berfungsi menyampaikan informasi secara cepat sekaligus memperkaya pengalaman visual dengan tujuan membantu mengkomunikasikan konsep dan daya tarik visual (Nielsen, 1999).

Desain Navigasi dalam UI Website

Navigasi melibatkan penempatan tombol, menu, dan elemen interaktif lainnya. Navigasi yang efektif dapat memandu pengguna, meminimalisir kebingungan dan meningkatkan kepuasan pengguna (Norman, 2013).

Desain Sistem dalam UI Website

Desain sistem mengacu pada pengembangan UI yang mengintegrasikan semua elemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan efektif dan efisien (Garrett, 2010). Desain sistem memiliki peran untuk memberikan gambaran umum kepada pengguna dalam memberikan solusi yang lebih baik, konsisten, dan efisien.



Desain Interaktivitas dalam UI Website

Desain interaktivitas melibatkan elemen yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan tombol, *button* penggeser, dan animasi. Interaktivitas UI website melibatkan pengguna melalui animasi, respons, dan pengalaman pengguna yang lebih dinamis guna meningkatkan keterlibatan pengguna dan mempertahankan minat (Shneiderman, 1998). Penerapan elemen interaktif memudahkan pengguna mengenali tampilan visual secara cepat dalam menyerap informasi.

Konsistensi dalam Website

Konsistensi desain antarmuka pada website dapat membantu pengguna dalam memahami dan memprediksi perilaku lebih baik (Tidwell, 2010). Konsistensi berfungsi untuk memastikan elemen desain UI seperti warna, font, dan tata letak selaras di seluruh halaman dengan tujuan untuk memudahkan pengguna dalam memahami dan mencerna informasi pada website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Emphatize

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil pengumpulan data dikelompokkan kedalam *emphaty map* yang terdiri dari 5 kelompok.

a. Who

Pengguna website Pantai Kelapa Tuban ini terdiri dari pengelola wisata yang didapatkan dari hasil wawancara dan responden berusia 18-35 tahun yang didapatkan dari hasil kuesioner.

b. Says

Website Pantai Kelapa Tuban membutuhkan kelengkapan informasi yang komprehensif dan mudah diakses dengan tampilan visual yang disederhanakan pada setiap elemen dan navigasi. Selain itu, perlu adanya perbaikan konten dan penambahan fitur seperti tiket digital, fasilitas unggulan, CTA, explore, rating dan ulasan pada halaman utama agar lebih informatif.

c. Thinks

Kelompok ini berisi apa yang pengguna pikirkan. Melalui informasi arsitektur yang jelas, pengguna terbantu mendapatkan informasi secara mudah dan valid. Perlu adanya penyederhanaan narasi yang terdapat pada konten pada halaman utama serta detail informasi pada halaman layanan acara, artikel, dan tentang untuk memberikan data secara optimal.

d. Does

Kelompok ini berisi pengamatan perilaku saat menggunakan website. Website dapat di akses selama jaringan internet memadai, namun tampilan website dengan mode desktop lebih nyaman jika digunakan di komputer atau laptop. Perlu adanya penambahan informasi singkat terkait jam operasional dan harga tiket masuk pada halaman utama untuk membantu pengguna dalam merencanakan kunjungannya.

e. Feels

Kelompok ini berisi perasaan yang dialami pengguna. Pengguna enggan mengeksplor lebih jauh dikarenakan kurang detailnya informasi sehingga mereka mencari informasi melalui google atau blog *traveler*. Selain itu, pengguna merasa kebingungan dengan navigasi yang kurang intuitif.

Define

Hasil data dianalisis menggunakan SWOT untuk membuat matriks antara faktor internal dan eksternal yang dapat ditarik kesimpulan untuk menghasilkan ide atau konsep.

a. Analisis SWOT

Faktor Internal	Strengths (Kekuatan) 1. Daya tarik wisata dan dukungan Pokdarwis 2. Log-in website tanpa akun 3. Integrasi media sosial dan email marketing	Weakness (Kelemahan) 1. Tampilan UI kurang <i>user friendly</i> 2. Kurangnya penyesuaian visibilitas pada fitur dan elemen visual
Faktor Eksternal		
Opportunity (Peluang) 1. Optimalisasi fitur dan konten untuk meningkatkan pengalaman pengguna 2. Metode <i>design thinking</i> untuk menjawab kebutuhan pengguna	S-O (Kekuatan-Peluang) Mengembangkan website responsif menggunakan metode <i>design thinking</i> , mengoptimalkan fitur dan konten sesuai daya tarik wisata, serta memanfaatkan akses tanpa log-in, integrasi media sosial, email marketing untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.	W-O (Kelemahan-Peluang) Membuat tampilan antarmuka yang <i>user friendly</i> serta mengoptimisasi visibilitas fitur dan konten melalui metode <i>design thinking</i> guna meningkatkan pengalaman pengguna yang lebih baik.
Treat (Ancaman) 1. Persaingan dengan website yang sudah ada 2. Perubahan teknologi yang semakin cepat	S-T (Kekuatan-Ancaman) Menawarkan tampilan baru sesuai kebutuhan pengguna melalui dukungan Pokdarwis untuk mengatasi persaingan dengan website lama, serta memanfaatkan akses log-in tanpa akun, integrasi media sosial, dan email marketing untuk mendukung adaptasi teknologi yang semakin cepat.	W-T (Kelemahan-Ancaman) Memperbaiki tampilan UI serta visibilitas fitur dan elemen visual menggunakan metode <i>design thinking</i> dapat meminimalisir persaingan dengan website yang sudah ada dan perubahan teknologi yang cepat.

Gambar 1. Analisis Matriks SWOT
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Kesimpulan hasil analisis matriks SWOT menghasilkan ide dalam kotak S-O (Strengths-Opportunity) yang dipilih menjadi fokus dalam perancangan. Adanya kekuatan dan peluang menghasilkan konsep berupa pengembangan website yang responsif melalui design thinking, mengoptimalkan fitur dan konten sesuai daya tarik wisata, serta meningkatkan keterlibatan pengguna melalui pemanfaatan akses tanpa log-in, integrasi media sosial, dan email marketing.

b. User Persona

User persona merupakan representasi fiktif yang mewakili karakteristik pengguna bagian dari target audiens. Penentuan *user persona* didapatkan dari hasil kuesioner berdasarkan 4 aspek, yakni geografis, demografis, psikografis, dan behavioral.

User Persona



Syifa Magnolia
Mahasiswi

21 Tahun | Jawa Timur

Traveling Enthusiast

"Saya ingin mencari situs yang menampilkan detail informasi wisata dengan tampilan visual yang simpel namun informatif serta mendapatkan kemudahan dalam mengakses layanan reservasi"

Biography

Syifa merupakan Mahasiswi di Kota Surabaya. Dia suka berwisata ke Pantai, khususnya pada akhir pekan. Sebelum berwisata, Syifa mencari informasi wisata melalui sosial media dan google review. Sayangnya, platform tersebut belum mampu menjawab kebutuhannya. Dia berharap ada situs web yang menyediakan detail informasi destinasi wisata yang simpel dan layanan didalamnya mudah diakses.

Frustration

- Kesulitan menemukan detail informasi sesuai keinginan
- Mudah terdistraksi dengan adanya iklan ketika mengakses layanan informasi
- Kurang nyaman terhadap tata letak UI yang tidak runtut
- Mudah jenuh membaca informasi dengan narasi yang panjang

Goals & Needs

- Menemukan informasi lingkungan pada wisata tujuan
- Menemukan rekomendasi wahana wisata saat membaca ulasan dan testimoni
- Kemudahan navigasi dan tampilan sederhana
- Membutuhkan waktu yang singkat dalam menemukan detail informasi
- Membutuhkan detail fitur layanan, fitur ulasan dan testimoni
- Memerlukan layanan pembelian tiket digital

Motivation	Personality	Channels
Visual	Extrovert	Google
Kemudahan	Kreatif	Website
Kecepatan	Aktif	Instagram
Ketepatan Informatif	Optimis	Katalog

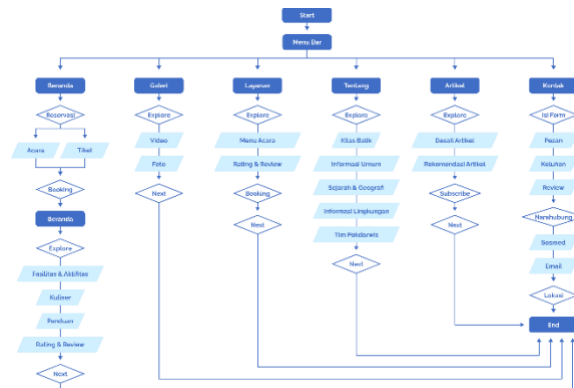
Gambar 2. User Persona
(Sumber: Fitriyah, 2024)

User bernama Syifa Magnolia yang merupakan Mahasiswi sekaligus *traveler* berusia 21 Tahun yang berdomisili di Jawa Timur. Dia gemar berwisata dan suka menikmati waktu liburnya dengan berkunjung ke Pantai di akhir pekan. Sebelum berwisata, Syifa menghabiskan waktu dengan bermain gadget atau laptop untuk mendapatkan informasi wisata tujuan melalui sosial media dan *google*. Sayangnya, platform tersebut belum mampu menjawab kebutuhannya. Dia membutuhkan situs yang menyediakan detail informasi wisata tujuan secara khusus, lengkap, simpel, dan menampilkan review mengenai destinasi wisata. Selain itu, Syifa juga menginginkan situs yang dapat diakses tanpa membutuhkan banyak ruang penyimpanan.



Ideate

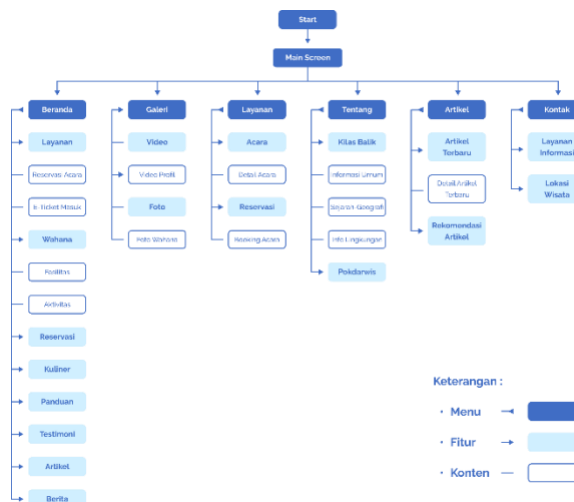
a. User Flow



Gambar 3. User Flow
(Sumber: Fitriyah, 2024)

User flow ditampilkan dalam diagram alur untuk menggambarkan urutan tindakan atau fungsi dalam menjalankan website. Dalam tahapan ini, dijelaskan serangkaian langkah yang perlu dilalui pengguna untuk menjalankan fungsi fitur yang telah dibuat. Diagram ini memberikan gambaran visual yang jelas untuk memudahkan pengguna berinteraksi dengan website.

b. Informasi Arsitektur



Gambar 4. Informasi Arsitektur
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Informasi arsitektur dapat memastikan pengguna untuk memahami bagian-bagian dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Pada bagan diatas dapat dilihat bagian-bagian dalam website yang meliputi halaman, fitur, dan konten.

c. Design System

Sistem desain pada perancangan ini meliputi *typography, color, component, grid, dan layout.*

1) Typography

Tipografi yang diimplementasikan pada perancangan ini menggunakan jenis font sans serif dengan typeface raleway yang dipilih karena karakteristiknya elegan, modern, clean, dan memiliki keterbacaan yang jelas.

Raleway Thin
 Raleway ExtraLight
 Raleway Light
 Raleway Regular
 Raleway Medium
 Raleway SemiBold
 Raleway Bold
 Raleway ExtraBold
 Raleway Heavy

Gambar 5. Font Raleway
(Sumber: Google Fonts)

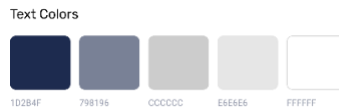
2) Color



Gambar 6. Warna Primer dan Sekunder
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Pemilihan elemen warna berdasarkan pada data kuesioner yang didapatkan melalui hasil *pre test* yaitu *navy blue*. Warna primer ini digunakan untuk menyesuaikan tema yang dipilih yakni pantai atau laut yang dikombinasikan dengan *monocromatic navy blue* untuk menyesuaikan tampilan *background*. Adapun warna sekunder yang digunakan adalah warna *monocromatic* jingga ke kuning. Warna sekunder ini digunakan sebagai warna pendukung pada button dan CTA. Warna ini dipilih untuk menyesuaikan branding wisata Pantai Kelapa Tuban yakni jingga dengan nuansa sunset.

3) Text Color



Gambar 7. Warna Teks
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Gambar diatas merupakan warna yang digunakan untuk teks dan narasi yang dipilih sesuai kegunaan dengan tetap memperhatikan keseimbangan *background* dan teks.

4) Component

Komponen yang digunakan berupa *button* yang dirancang sesuai ukuran yang dibutuhkan, meliputi *extra large, large, medium, small, hingga extra small*.

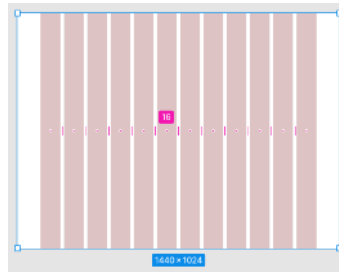


Gambar 8. Komponen
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Kartu kolom atau *cards* juga digunakan sebagai wadah konten yang fleksibel dan dapat diperluas. *Cards* ini digunakan pada fitur fasilitas dan reservasi acara yang memiliki fungsi sebagai Kartu kolom atau *cards* juga digunakan sebagai wadah konten yang fleksibel dan dapat diperluas. *Cards* ini digunakan pada fitur fasilitas dan reservasi acara yang memiliki fungsi sebagai pintasan untuk menuju halaman atau konten lain. *Text input* yang digunakan memiliki beberapa *style* pada halaman tertentu yang memerlukan pengisian data atau input teks.



5) *Grid*



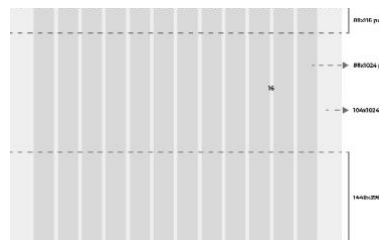
Gambar 9. Grid

(Sumber: Fitriyah, 2024)

Grid berfungsi sebagai kerangka tata letak untuk mengatur elemen menjadi proporsional, konsisten, terstruktur, dan menciptakan kesan estetika pada setiap halaman website sehingga memudahkan dalam membaca informasi. Grid yang digunakan dalam mengatur teks dan gambar terdiri dari garis vertikal (kolom) dan garis horizontal (baris).

Grid	Count	Type	Gutter	Width	Margin
Kolom	12px	Stretch	16px	Auto	104
Baris	12px	Stretch	16px	Auto	104

6) *Layout*



Gambar 10. Layout

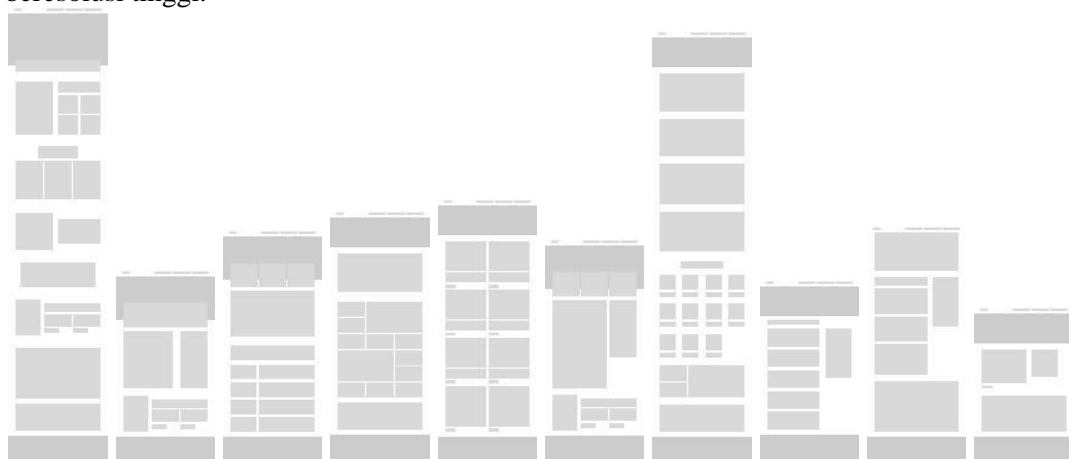
(Sumber: Fitriyah, 2024)

Gambar diatas merupakan *layout* frame berukuran desktop 1440x1024px yang digunakan sebagai *preview*. *Header* berukuran 1440x116px, badan website menyesuaikan banyaknya isi konten, serta *footer* berukuran 1440x396 px.

Prototype

1) *Low Fidelity Prototype*

Low fidelity prototype merupakan visualisasi sketsa *digital wireframe* yang belum dilengkapi gambar beresolusi tinggi.



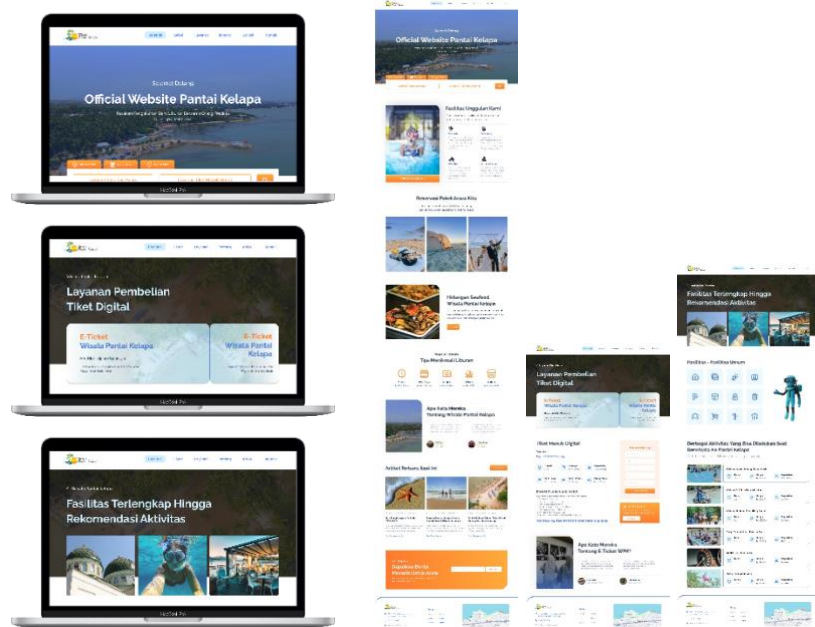
Gambar 11. Low Fidelity Prototype

(Sumber: Fitriyah, 2024)

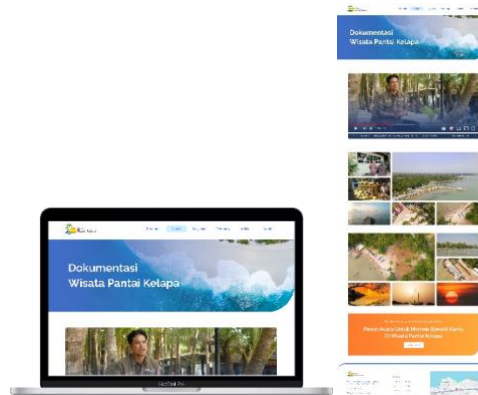
2) *High Fidelity Prototype*

Hi-Fi prototype merupakan produk dengan gambar beresolusi tinggi dan detail visual nyata.

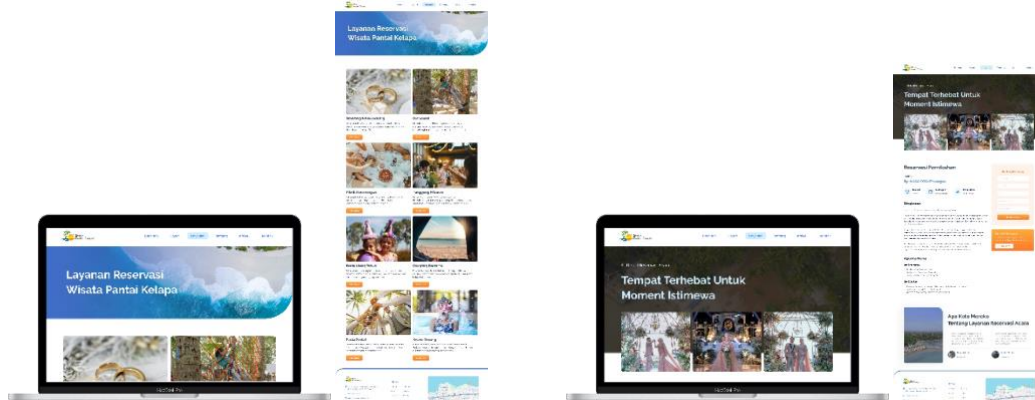
a) Halaman Beranda



b) Halaman Galeri

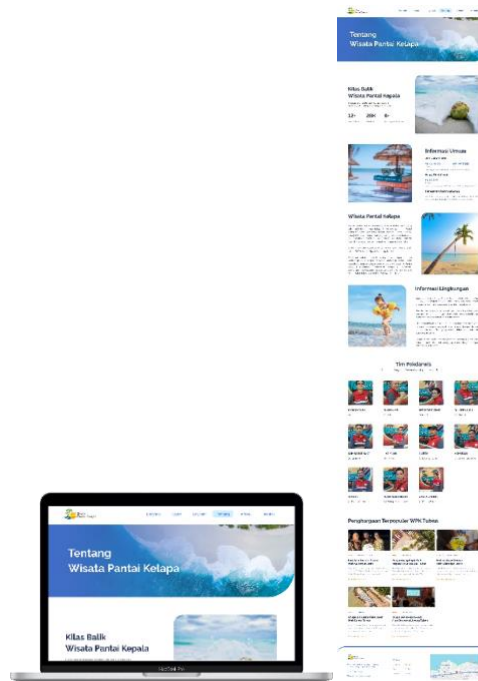


c) Halaman Layanan

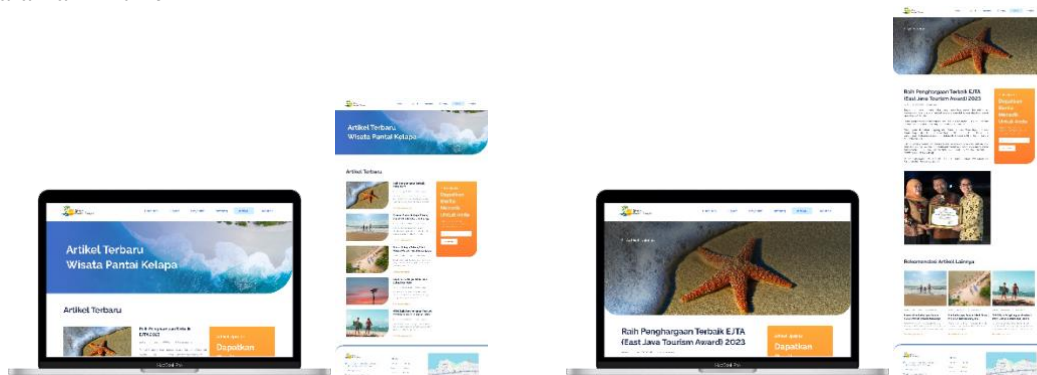




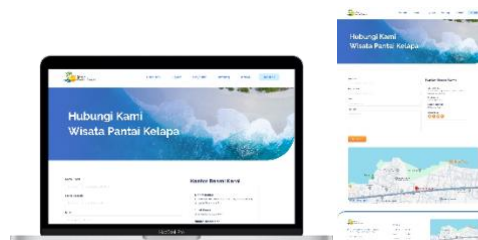
d) Halaman Tentang



e) Halaman Artikel



f) Halaman Kontak



3) Validasi

a) Validasi Materi

Uji validasi materi dilakukan oleh Bapak Muhammad Ludfi, A.Md. yang merupakan Sekretaris II Pokdarwis Pantai Kelapa Tuban. Ahli materi menilai sesuai indikator yang tersedia meliputi aspek tampilan visual dan konten, penyajian informasi, bahasa dan istilah, fitur, dan fungsional.

Berdasarkan perhitungan validasi materi diperoleh skor 63 dari 75 dengan presentase 84% sehingga materi yang digunakan dapat dikategorikan “valid” dengan tambahan saran didalamnya.

Tabel 1 Validasi Materi

Aspek Penilaian	Skor
Tampilan Visual dan Konten	30
Penyajian Informasi	13
Bahasa dan Istilah	12
Fitur	4
Fungsional	4
Total	63

b) Validasi Media

Uji validasi media dilakukan oleh Akhmad Rizam, A.Md.Kom. yang merupakan UI/UX Designer Urban Athletes Indonesia. Ahli media menilai sesuai indikator yang tersedia meliputi aspek tampilan visual dan konten, penyajian informasi, dan fungsional.

Tabel 2 Validasi Media

Aspek Penilaian	Skor
Tampilan Visual dan Konten	57
Penyajian Informasi	14
Fungsional	30
Total	101

Berdasarkan perhitungan validasi media diperoleh skor 101 dari 105 dengan presentase 96,1% sehingga media yang digunakan dapat dikategorikan “valid” dengan tambahan saran didalamnya.

Test

Tahapan *usability testing* bertujuan untuk memastikan kelayakan hasil pengembangan melalui penilaian beberapa aspek yakni fungsional, visual, penyajian informasi, serta fitur dan konten. Pengujian dilakukan melalui penyebaran *form online* yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup kepada 5 responden. Hasil pengujian akan di evaluasi dan di revisi jika ada kesalahan krusial, sedangkan hasil skor pada keseluruhan aspek ditentukan pada pertanyaan tertutup berdasarkan penilaian skala likert.

Tabel 3 Usability Testing

Aspek Penilaian	Skor				
	R1	R2	R3	R4	R5
Fungsional	5	4	5	4	4
Visual	4	4	5	5	4
Penyajian Informasi	5	4	4	5	5
Fitur dan Konten	4	5	5	5	4
Total (%)	90%				

Ket: R=Responden

Berdasarkan perhitungan *usability testing* diperoleh presentase 90% dengan skala 5 sehingga pengujian dikategorikan “valid” dan evaluasi dijalankan berdasarkan saran atau masukan secara krusial. Hasil dari pengembangan UI website Pantai Kelapa Tuban bisa diakses melalui barcode dibawah ini.



<https://ln.run/fOO8g>



SIMPULAN DAN SARAN

Konsep pengembangan UI website Pantai Kelapa Tuban menggunakan metode *design thinking* dengan analisis SWOT dapat memperbaiki tampilan visual, fungsional, penyajian informasi, fitur dan konten sesuai dengan kebutuhan pengguna. Website memiliki tampilan baru yang lebih simpel dan informatif di setiap halaman. Fitur dirancang lebih mudah dan nyaman digunakan melalui sistem desktop, serta konten diperbarui sesuai dengan perkembangan destinasi wisata saat ini.

Proses pengembangan UI website menghasilkan perbaikan *user flow*, *information architecture*, *design system*, dan visualisasi desain berupa *prototype* yang telah divalidasi oleh ahli materi dan ahli media dengan nilai rata-rata 84% dan 96,1% sehingga layak di uji coba kepada pengguna.

Hasil pengujian menggunakan *usability testing* memperoleh skala 5 (sangat baik), dimana 90% menunjukkan peningkatan pengalaman pengguna terhadap 4 aspek yang diujikan. Evaluasi juga dilakukan sesuai kebutuhan krusial, diantaranya penambahan konten penghargaan wisata, memperjelas navigasi, dan perbaikan *button*.

Pengembangan *user interface* website ini memerlukan peningkatan evaluasi terhadap *user flow* yang bertujuan untuk memperbaiki struktur alur website sehingga dapat meningkatkan kualitas dan keterkaitan antar fitur. Selain itu, memperjelas navigasi seperti tombol dan ikon yang efektif dan efisien juga diperlukan guna mempermudah pengguna dalam menemukan fitur yang aktif dan mempercepat akses informasi. Perancang selanjutnya dapat mengembangkan responsivitas website untuk mempermudah pengguna dalam mengakses website dari berbagai perangkat.

REFERENSI

- Akhir, T., Yudistira, G. B., & Putra, A. (2022). *PERANCANGAN DESAIN USER INTERFACE BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA PT. PANEMBAHAN ADI WISATA*.
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). *PERAN SEKTOR PARIWISATA PADA PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN/KOTA DI JAWA BARAT* (Vol. 23, Issue 1).
- Ben Shneiderman. (1998). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction* (3rd ed.). Addison-Wesley.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Tourism Management Reviews Progress in tourism management Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research*. <http://www.bournemouth.ac.uk/services-management/>
- Cika Hindarti, A., & Indra Wijaya Azis, B. (2022). *PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE SENSE VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI*.
- David Kelley & Tim Brown. (2018). *An Introduction to Design Thinking. Institute of Design at Stanford*.
- Donald Norman. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Edward R. Tufte. (1991). *Envisioning Information. Optometry and Vision Science*, 68(4), 322–324.
- Garrett, J. J. (2022). *The elements of user experience : user-centered design for the Web and beyond*.
- Hasugian, P. S. (2018). *PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI*. In *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* (Vol. 3, Issue 1).
- Herfandi, H., Yuliadi, Y., Zaen, M. T. A., Hamdani, F., & Safira, A. M. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1716>
- Jakob Nielsen. (1999). *User interface directions for the web. Communications of the ACM*, 42(1), 65–72.
- Jamilah, Y. S., & Padmasari, A. C. (2022). *PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI SAY.CO. Jurnal TANRA Desain Komunikasi Visual, Volume 9 Nomor 1*. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>

- Jenifer Tidwell. (2010). *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*. O'Reilly Media.
- Jesse James Garrett. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Pearson Education.
- Kim, H., & Fesenmaier, D. R. (2008). *Persuasive Design of Destination Websites: An Analysis of First Impression*. <https://academicworks.cuny.edu>
- Lee & Gretzel. (2012). *DESIGNING PERSUASIVE DESTINATION WEBSITES: A MENTAL IMAGERY PROCESSING PERSPECTIVE A Dissertation*.
- Preece, J., R. Y., & S. H. (2002). *Interaction design : beyond human-computer interaction*. New York, NY : J. Wiley & Sons.
- Priyatama, N., & Ro'is Abidin, M. (2021). PERANCANGAN DESAIN PROTOTIPE WEBSITE UMKM TATA RUPA DI SURABAYA. *Jurnal Barik*, 1(3), 100–112. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- PS Suprianto. (2018). *BAB II, Landasan Teori Promosi*.
- Rabbani, I., Krisnanik, E., & Kom, S. (2020). *E-COMMERCE PERLENGKAPAN HAJI DAN UMROH BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE AGILE SOFTWARE DEVELOPMENT* (Vol. 1).
- Ridha Berlianny Sulistia Putri. (2022). *Perancangan User Interface Website Desa Wisata Kemutug Lor Menggunakan Metode User Centered Design (UCD)*.
- Robert Bringhurst. (2008). *The Elements Of Typographic Style V3*. Harmony.
- Sharan B. Merriam. (2009a). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
- Sharan B. Merriam. (2009b). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
- Sosial, J. P., Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). *PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT*. 1(3), 155–165.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanta, & Khoirun Nisa. (2015). Perancangan Website Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Bianglala Informatika*, Vol 3 No 1 ([lppm3.bsi.ac.id/jurnal](http://ppm3.bsi.ac.id/jurnal)).
- Syahrin, A., Kadarisman, A. S., & MSn, Ss. (2019). *PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE WISATA ALAM PULAU SIRANDAH*.
- Takhayaza Yudistia, T., & Aqidatun Nisa, D. (2023). USER INTERFACE WEBSITE KULINER KHAS KOTA MADIUN MENGGUNAKAN DESIGN THINKING UNTUK PROMOSI UMKM LOKAL. In *Jurnal Nawala Visual* (Vol. 5, Issue 1). Online. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Ziyan Zakiyah, R., & Ariffudin Islam, M. (2022). USER INTERFACE WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI VILOVY DESIGN. *Jurnal Barik*, 3(3), 174–185. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>