

## PERANCANGAN UI/UX DIGITAL INNOVATION SUSTAINABLE TOURISM MOBILE APPS DESA KEMIREN BANYUWANGI

Fathan Azizi<sup>1</sup>, Nanda Nini Anggalih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: fathan.19005@mhs.unesa.ac.id.

<sup>2</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: nandaanggalih@unesa.ac.id

### **Abstrak**

*Sejak pemerintah mencabut pembatasan perjalanan karena pandemi COVID-19, minat masyarakat untuk berwisata meningkat secara signifikan. Terdapat banyak tempat wisata di Indonesia yang masih belum terkenal di kalangan masyarakat umum karena memerlukan penawaran yang lebih menarik dan informasi yang lebih terperinci dan tepat. Desa Kemiren Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu dari sekian banyak destinasi wisata di Indonesia yang memiliki banyak potensi namun masih kurang dalam pengembangan digital marketing karena website kurang menarik dan kurangnya fitur yang dibutuhkan pengguna. Oleh karena itu, perlu dikembangkan media pemasaran yang lebih efektif dan terorganisir untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dan peningkatan penjualan produk UMKM. Penulis merekomendasikan desain prototipe user interface dan user experience mobile apps Kemiren dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode design thinking dan analisis swot sebagai acuan pembuatan prototipe. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan antarmuka pengguna yang lebih menarik serta fungsional yang disajikan dalam sebuah aplikasi mobile Kemiren Village. Perancangan ini memiliki arah untuk mempromosikan Desa Kemiren sebagai tujuan wisata, destinasi kuliner, branding produk lokal, dan aktivitas kebudayaan lokal Desa Kemiren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan inovasi digital dalam pariwisata berkelanjutan berbasis desa*

**Keywords:** Sustainable tourism; User Interface; User Experience; Mobile Apps; Digital Innovation

### **Abstract**

*Public interest in tourism has increased significantly since the government lifted travel restrictions due to the COVID-19 pandemic. There are still many tourist destinations in Indonesia that remain unknown to the general public due to the need for better promotion and more accurate and comprehensive information. Kemiren village in Banyuwangi is one of many tourist destinations In Indonesia, there are many potential destinations that have yet to fully leverage digital marketing due to unappealing websites and a lack of user-required features. Therefore, more effective and organized marketing media should be developed to increase tourist attraction and increase local production The author provides a recommendation for the design of the Kemiren mobile app's user interface and user experience prototype, aiming to enhance user comfort. In this study, researchers used design thinking techniques and SWOT analysis as a reference for prototyping. The purpose of the research is to implement a more attractive and functional user interface displayed in the Mobile Village application. The design aims to promote Kemiren as a tourist destination, gastronomy, branding of local products and local cultural activities in Kemiren Village. Studies show that this is having a positive impact on the development of digital innovation in sustainable tourism*

**Keywords:** Sustainable tourism; User Interface; User Experience; Mobile Apps; Digital Innovation

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri yang berkaitan erat dengan lingkungan alam daerah dan sektor UMKM. Perkembangan pariwisata tergantung pada kualitas, nilai jual keanekaragaman, dan kolaborasi dengan pihak lain yang dapat mempengaruhi pengoperasian kawasan. Pariwisata berkelanjutan atau sering disebut dengan *sustainable tourism* mengacu pada jenis pariwisata yang berdampak langsung dalam segi lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Minat masyarakat untuk berwisata baik domestik maupun internasional meningkat sejak pemerintah baru-baru ini mencabut pembatasan perjalanan akibat Covid-19. Destinasi yang sebelumnya tidak diketahui kini memiliki kesempatan untuk menjalankan kampanye yang lebih baik dengan menawarkan informasi yang lebih komprehensif dan akurat tentang kawasan tersebut (Pyrgiel, 2019). Sejalan dengan perkembangan sebelumnya, banyak daerah yang antusias dengan pengembangan pariwisata, investasi, dan perbaikan infrastruktur untuk menarik wisatawan dan mencoba untuk meningkatkan mata uang dan merangsang perekonomian.

Pariwisata berkelanjutan berarti mengenali pariwisata yang tidak hanya berfokus pada jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada upaya untuk menciptakan keseimbangan ekonomi, sosial budaya dan ekologi di suatu wilayah. Inovasi terjadi karena membantu membuat masyarakat lokal lebih bertanggung jawab secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Pyrgiel, 2019). Pemahaman ini menuntut peran generasi muda dalam memajukan industri pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang telah menjadi dasar komunikasi menyeluruh tanpa memandang jarak dan waktu. Di era digital ini, diperlukan sebuah aplikasi yang menjawab kebutuhan untuk menggantikan peran penyedia pariwisata dengan memadukan keduanya untuk menciptakan keharmonisan (Rashid, 2020). Indonesia merupakan negara dengan banyak destinasi wisata dan dalam perkembangan wisatanya memanfaatkan informasi dan komunikasi sebagai wadah edukasi dan promosi. Terdapat salah satu desa yang terletak di wilayah terluas pulau jawa yaitu Kabupaten Banyuwangi yang memanfaatkan internet untuk mempromosikan kekayaan alam yang berhasil menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Desa tersebut adalah Desa Kemiren di Kecamatan Glagah.

Desa Kemiren disebut desa adat karena masih kuat dan mempertahankan tradisi adatnya hingga saat ini. Desa ini tidak hanya mempertahankan adat Banyuwangi, tetapi juga mengembangkan sektor UMKM milik warga, baik secara digital maupun langsung. Namun, perkembangan digital marketing dalam memasarkan barang dan jasa masih belum lengkap. Kemiren Village sudah lama memiliki website, namun tampilan dan konten yang dinilai kurang menarik, informatif dan kurang terawat. Pemasaran produk UKM dan penyediaan berbagai destinasi wisata di Desa Kemiren telah diperhitungkan dengan bantuan Instagram sebagai sarana promosi hingga saat ini.

Kolaborasi teknis dilakukan melalui metode pemasaran melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*. Seluruh transaksi produk baik promosi maupun jual beli, akan diproses melalui chat *WhatsApp* dan layanan pesan langsung *Instagram* yang terhubung dengan *Google Maps* untuk memperluas sarana promosi Desa Kemiren. Namun, *WhatsApp* dan *Instagram* memiliki fitur terbatas untuk mengelola transaksi jual beli. Oleh karena itu, lingkungan pemasaran yang berkelanjutan harus dikembangkan dengan inovasi yang dapat meningkatkan sistem pemasaran produk melalui manajemen yang bersih. Website Desa Kemiren perlu diupdate untuk membuat fitur dan layanan baru.

Dari permasalahan ini, penulis akan melakukan penelitian dengan membuat sebuah inovasi untuk lebih menarik para wisatawan dengan merancang sebuah aplikasi. Dalam proses perancangan ini, penulis dibatasi ruang lingkup dengan hanya menghasilkan sebuah *prototype mobile apps*. Dengan perancangan *prototype* yang baik, nantinya akan menyesuaikan secara langsung apa yang menjadi

kebutuhan pengguna. Pengembangan teknologi UI/UX bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pengguna saat menggunakan produk. Dalam penelitian ini, penulis akan merancang *prototype* desain UI/UX aplikasi mobile Desa Kemiren dengan batasan hanya pada tahap perancangan *prototype*. Pendekatan *design thinking* digunakan oleh penulis untuk fokus pada pengguna dan memahami serta menyesuaikan kebutuhan mereka. Penulis menggunakan Figma sebagai alat perancangan UI/UX *prototype* aplikasi mobile Desa Kemiren, dan metode analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi elemen penting yang dapat mempengaruhi perancangan ini.

## KERANGKA TEORETIS

### a. Penelitian terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya, telah dilakukan beberapa studi yang relevan dengan topik perancangan ini. Penelitian yang dilakukan oleh Averushyd Juliansyah & Papatungan (2022) mengenai perancangan user experience pada website penjualan kerajinan tangan menggunakan metode Design Thinking. Penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan website JavaHands dapat meningkatkan ekspor kerajinan tangan dengan pendekatan design thinking. Penelitian lainnya oleh Rianingtyas dan Wardani (2018) membahas perancangan user interface aplikasi mobile untuk promosi digital UMKM tour dan travel. Metode desain kontekstual digunakan dalam penelitian ini untuk menghasilkan desain user interface yang membedakan aplikasi Touraway dari yang lain. Selain itu, penelitian oleh Mahendra (2020) mengenai aplikasi desa wisata berbasis Android menunjukkan pentingnya aplikasi mobile dalam peningkatan pemasaran desa wisata. Metode yang digunakan meliputi studi literatur, analisis kebutuhan sistem, perancangan prototipe, implementasi, dan pengujian. Kesamaan dari penelitian-penelitian ini adalah fokus pada perancangan pengalaman pengguna dan pemasaran menggunakan media digital.

### b. *Mobile Apps*

Perkembangan teknologi telah membawa inovasi dalam bentuk aplikasi mobile yang digunakan untuk promosi digital. Keuntungan utama dari inovasi ini adalah kemampuan untuk menyebarluaskan informasi secara luas dan diterima oleh masyarakat. Aplikasi mobile merupakan perangkat lunak khusus yang dirancang untuk berjalan di tablet dan smartphone (Irwansyah & Moniaga, 2014:61). Aplikasi mobile memanfaatkan antarmuka pengguna yang menggunakan mekanisme interaksi khusus yang disediakan oleh platform mobile. Melalui integrasi dengan sumber daya berbasis web, aplikasi ini dapat mengakses informasi terkait dan kemudian mengumpulkan, menganalisis, dan menyusun informasi tersebut agar sesuai dengan tampilan dan fungsionalitas platform mobile.

### c. *E-Commerce*

*E-commerce* atau *electronic commerce* adalah situs online yang digunakan untuk kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan lewat media elektronik. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet (Informatika & Pringsewu, 2017). Perkembangan media jual beli online, termasuk platform marketplace, memberikan banyak manfaat seperti jangkauan luas, keterbatasan waktu yang fleksibel, kemudahan transaksi, peningkatan keamanan pengiriman, biaya yang lebih terjangkau, dan sebagainya. *E-commerce* dan marketplace memiliki perbedaan dalam pengertian dan akses pelanggan. *E-commerce* adalah situs online untuk jual beli, sedangkan marketplace adalah penyedia layanan dengan produk dari berbagai penjual. Marketplace relatif sulit untuk memperoleh pelanggan, sementara *e-commerce* lebih mudah.

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

*User interface* merupakan kumpulan komponen sistem interaktif, baik berupa perangkat lunak maupun perangkat keras, yang memberikan informasi dan kontrol kepada pengguna untuk menyelesaikan tugas-tugas spesifik dalam suatu sistem interaktif. (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020). *User interface* (UI) merupakan antarmuka visual yang digunakan untuk mempermudah pengguna dalam mengakses dan berinteraksi dengan program komputer guna mencapai tujuan tertentu. UI merupakan elemen penting dalam sebuah sistem, karena kelemahan pada UI dapat menyebabkan kegagalan sistem secara keseluruhan. Dalam merancang UI, perlu memperhatikan aspek-aspek yang ada dengan baik. Selain aspek estetika yang terlihat secara visual, UI juga harus mampu menyampaikan fungsinya dengan baik, yang biasa disebut sebagai *usability*. Beberapa komponen pendukung dalam desain *usability* meliputi kemudahan untuk diingat dan dipelajari, efektivitas, pengelolaan kesalahan yang dilakukan pengguna, serta kepuasan pengguna.

e. *User Experience (UX) Mobile Apps*

*User experience* merupakan proses keseluruhan perjalanan dari user yang berinteraksi dengan suatu produk. Sedangkan, menurut Rahmasari & Yanuarsari (Razi et al., 2018) menyatakan *User Experience (UX)* mencakup semua faktor yang terkait dengan pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk, seperti sejauh mana kejelasan cara kerjanya, perasaan yang timbul saat menggunakan produk, dan bagaimana pengguna berhasil mencapai tujuan mereka melalui produk tersebut. Tidak hanya sekedar berinteraksi, *user experience* mempunyai fungsi untuk mempermudah pengguna untuk menyelesaikan tujuan. Pada dasarnya, *experience* bersifat subjektif karena kepuasan perasaan setiap manusia tidak memiliki tolak ukur. Dalam pencapaian tujuan *user*, *user experience* akan berbarengan dengan *user interface* sebagai tampilan *visual* dalam proses interaksi *user*. Dalam hal ini, *user interface* dan *user experience* memiliki peran penting dalam tujuan membentuk *mobile app*.

f. *Digital Tourism*

Globalisasi telah mengubah dunia menjadi dunia tanpa batas dengan memberikan dampak signifikan pada hampir setiap industri yang beroperasi di seluruh dunia untuk tetap bersaing secara global. Hal ini memberikan dampak pada terciptanya *digital tourism* yang merupakan keterpaduan antara pembangunan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dengan industri pariwisata. Menggunakan konsep pariwisata digital penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan komunikasi berbagai layanan perjalanan pelanggan dan produsen untuk memudahkan implementasi pemasaran pariwisata agar lebih mudah diakses. Seorang turis yang secara fisik ingin mengunjungi tujuan wisata hanya perlu mengikuti informasi yang tersedia secara digital tanpa kesulitan mendapatkan informasi dari individu, masyarakat lokal, atau agen perjalanan yang terlibat dengan tujuan wisata (Yanti, 2019).

g. *Prototype*

Prototype adalah representasi atau bentuk desain awal dari suatu produk yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Tujuan dari pembuatan prototype adalah untuk menampilkan produk kepada pengguna agar dapat dieksplorasi secara lebih mendalam sebelum memasuki tahap produksi. Tahap ini merupakan implementasi dari ide-ide yang telah diperoleh sebelumnya, yang kemudian dievaluasi berdasarkan kebutuhan pengguna.

Dalam tahap pembuatan prototype, terdapat beberapa langkah yang meliputi Userflow, User Journey Map, Wireframe, dan Mockup. Setiap langkah tersebut memiliki tujuan masing-masing dalam proses pengembangan produk. (Sukmasetya et al., 2019). Prototype adalah tipe yang asli dari bentuk, atau contoh dari sesuatu yang dipakai sebagai contoh yang khas, dasar, atau standar untuk hal-hal lain dari kategori yang sama. Sebuah prototipe dibuat sebelum dikembangkan atau justru dibuat khusus

untuk pengembangan sebelum dibuat dalam skala sebenarnya maupun sebelum diproduksi secara masal.

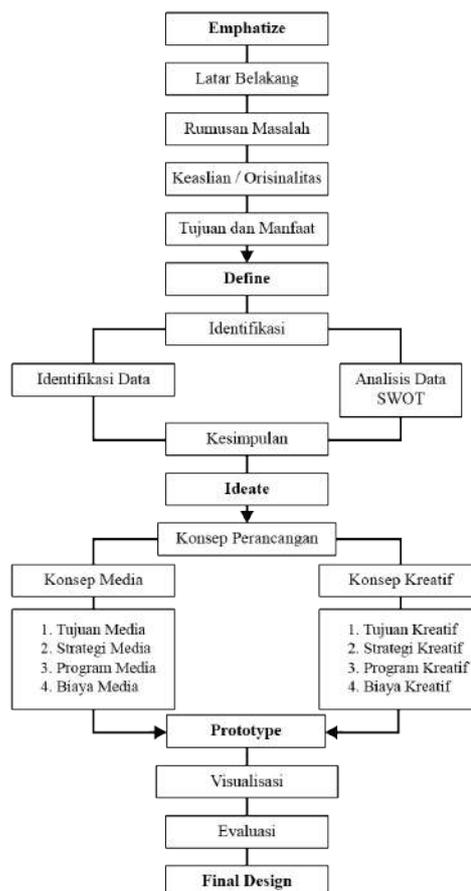
h. *Wireframe*

*Wireframe* adalah sebuah kerangka kasar untuk menata berbagai item tetapi bisa digunakan untuk menentukan tata letak sebelum lanjut ke tahap *prototype (high fidelity)* (Anggara et all, 2021). *Wireframe* ini digunakan untuk memudahkan desainer melakukan perbaikan karena untuk mengubahnya akan lebih *flexible* mengurangi atau menambahkan data.

### METODE PERANCANGAN

Penulis membagi menjadi tiga tahapan dalam merancang penelitian ini, yaitu tahap awal yang meliputi studi literature, wawancara, dan *Focus Group Discussion (FGD)*, lalu masuk ke tahap perancangan dengan pendekatan design thinking dan analisa data dengan *SWOT*, dan tahap akhir membuat kesimpulan dan saran.

Pada tahap awal, penulis mencari informasi dari berbagai sumber, seperti jurnal terdahulu yang berkaitan dengan desain UI/UX maupun teori pendekatan design thinking dan analisis SWOT. Survey online dilakukan dengan mencari informasi terkait dengan Desa Kemiren. Pada tahapan awal ini, penulis juga mendapatkan data primer berupa wawancara dan *FGD* dengan pihak POKDARWIS Desa Kemiren. Sedangkan data sekunder diambil dari *website* dan *Instagram*.



Gambar 1. Skematika Perancangan  
(Sumber: Azizi, 2023)

Pada tahap perancangan, penulis menggunakan metode *design thinking* yang merupakan metode pendekatan dengan cara melakukan pendekatan terhadap pengguna. Design thinking mengintegrasikan kebutuhan user, teknologi, dan bisnis. Pendekatan ini akan membantu penulis untuk menyesuaikan apa yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga penulis bisa menghasilkan produk yang berasal dari permasalahan pengguna. Dalam metode *design thinking* terdapat 5 rangkaian proses, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*.



Gambar 2. Metode design thinking  
(Sumber: CX Network, 2018)

*Empathize* merupakan proses observasi dan wawancara kepada pengguna. Pengamatan dilakukan untuk tujuan memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Cara melakukan pengambilan data dengan cara melalui observasi atau wawancara dan kuisioner. Penulis mendapatkan data untuk tahap ini berasal dari wawancara yang dilakukan bersama POKDARWIS Desa Kemiren.

Proses kedua, ialah *define*. Proses *define* adalah proses mendapatkan opini pengguna dan memahami kebutuhan pengguna. Proses *define* dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami secara jelas berdasarkan kebutuhan pengguna yang didasari hasil pengamatan yang dilakukan pada proses sebelumnya (*empathize*). Pada perancangan ini menggunakan analisis data *SWOT* yaitu, sebuah pendekatan yang digunakan untuk mengevaluasi elemen-elemen penting yang meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dapat berpengaruh terhadap suatu organisasi, proyek, atau situasi tertentu. Analisa yang dilakukan berkaitan dengan potensi yang ada di Desa Kemiren.

Setelah mengetahui kebutuhan pelanggan, kebutuhan produk disusun sesuai dengan tujuan pengguna yang telah ditentukan. Kemudian, penulis menyelesaikan langkah ketiga, yaitu *ideate*. *Ideate* adalah langkah yang menciptakan suatu karya yang berasal dari kumpulan ide untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada langkah sebelumnya. Langkah ide bertujuan untuk menemukan banyak ide agar produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pengguna, yang penciptanya kemudian menerjemahkan ide tersebut ke dalam sebuah desain di awal kerangka prototipe.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Identifikasi Data

Desa Kemiren terletak di Kecamatan Glagah, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, dan memiliki kekayaan sosio-kultural yang kuat dengan memegang teguh nilai-nilai tradisional Osing. Di bawah kepemimpinan Gubernur Basofi Sudirman, Desa Kemiren telah ditetapkan sebagai destinasi wisata desa adat Osing yang terkenal. Komunitas Osing merupakan bagian dari sub-etnis Jawa di wilayah Banyuwangi. Menurut legenda nenek moyang, saat Desa Kemiren ditemukan, daerah ini masih berupa hutan yang ditumbuhi oleh pohon kemiri dan durian. Oleh karena itu, daerah tersebut diberi nama "Desa Kemiren".

Desa Kemiren memiliki visi untuk membangun tanah kelahiran yang jujur, adil, sejahtera, berbudaya, dan berakhlak mulia melalui gotong royong. Misi Desa Kemiren mencakup peningkatan

pelayanan kepada masyarakat, responsif terhadap aspirasi masyarakat, pemberdayaan masyarakat, perbaikan sarana dan prasarana umum, pembangunan yang merata untuk menghindari kesenjangan sosial, peningkatan sarana dan prasarana tempat ibadah, melestarikan seni, budaya, dan adat istiadat, kerjasama dengan berbagai pihak untuk memberikan pelayanan terbaik dalam berbagai bidang, serta pembebasan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) untuk rumah tangga miskin dengan nominal tertentu.

Dalam hal data produk, pariwisata di Desa Kemiren dikelola oleh POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), yang sebagian besar anggotanya adalah kaum muda. POKDARWIS telah menerapkan berbagai inovasi, termasuk pengembangan pemasaran digital menggunakan website. Website ini berfokus pada promosi produk lokal dan menyediakan informasi tentang pariwisata di Desa Kemiren. Beberapa fitur yang ada termasuk pemesanan produk lokal, informasi tentang tempat wisata lokal, kalender acara, dan kontak admin.

#### b. Analisis Data

Metode analisis data SWOT digunakan dalam perancangan UI/UX *prototype mobile apps* Desa Kemiren untuk mengoptimalkan perancangan tersebut.

*Strength*, Desa Kemiren memiliki potensi yang kuat dalam pengembangan pariwisata dan produk lokal. Keunggulan budaya, kesenian tradisional, berbagai produk lokal, lokasi strategis, keindahan alam, dan kerjasama komunitas yang solid memberikan keunggulan kompetitif bagi Desa Kemiren. Dengan memanfaatkan potensi tersebut, Desa Kemiren memiliki peluang untuk menjadi tujuan wisata unik, menarik wisatawan, meningkatkan pendapatan lokal, dan memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan.

*Weakness*, Desa Kemiren memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, seperti infrastruktur terbatas, kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif, keterbatasan sumber daya manusia terampil, kurangnya diversifikasi produk dan pengalaman, kurangnya pengelolaan dan koordinasi yang efektif, serta kurangnya akses pendidikan dan pelatihan. Untuk mengatasi kelemahan ini, perlu dilakukan upaya perbaikan infrastruktur, pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, peningkatan keterampilan sumber daya manusia, diversifikasi produk dan pengalaman, perbaikan dalam pengelolaan dan koordinasi, serta peningkatan akses pendidikan dan pelatihan. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan potensi dan pertumbuhan Desa Kemiren secara menyeluruh.

*Opportuniti*, Desa Kemiren memiliki peluang yang menarik untuk pengembangan pariwisata dan produk lokal. Potensi peningkatan pariwisata, pengembangan ekowisata, peningkatan kesadaran budaya dan tradisi, kemitraan dengan pihak eksternal, peningkatan aksesibilitas, serta diversifikasi produk dan pengalaman memberikan peluang yang positif bagi Desa Kemiren. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, Desa Kemiren dapat meningkatkan jumlah pengunjung, memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat pengembangan potensi mereka dalam sektor pariwisata dan produk lokalnya.

*Threat*, Desa Kemiren perlu waspada terhadap faktor-faktor yang dapat menghambat pengembangan dan keberlanjutan mereka. Ancaman persaingan dari destinasi wisata lain, perubahan kondisi alam, kebijakan atau peraturan yang berubah, perubahan minat dan preferensi wisatawan, keterbatasan akses pendanaan, serta perubahan ekonomi dan sosial dapat menjadi tantangan bagi Desa Kemiren. Untuk menghadapi ancaman-ancaman ini, Desa Kemiren perlu mengambil tindakan mitigasi yang tepat, seperti meningkatkan inovasi, adaptasi terhadap perubahan lingkungan, memantau perubahan kebijakan, diversifikasi produk dan pengalaman, serta mengembangkan strategi pemasaran yang responsif. Dengan menghadapi ancaman-ancaman ini secara efektif, Desa Kemiren dapat mengurangi dampak negatifnya dan menjaga kelangsungan pengembangan mereka.

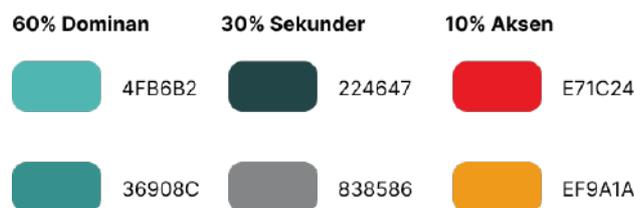
c. Strategi Kreatif

Target audience aplikasi ini adalah remaja hingga dewasa (usia 19-35 tahun), baik laki-laki maupun perempuan, yang merupakan mahasiswa atau pekerja. Secara geografis, aplikasi ini ditujukan kepada wisatawan lokal, terutama dari Jawa Timur, serta wisatawan mancanegara. Dalam segi psikografis, target audiens ini memiliki minat terhadap kuliner dan wisata alam, serta tertarik dengan adat dan budaya lokal. Mereka juga memiliki minat khusus terhadap proses produksi kuliner yang rutin. Selain itu, mereka adalah pengguna yang sering berbelanja online, gemar mencicipi kuliner, dan menyukai aktivitas traveling.

Aplikasi mobile Desa Kemiren difokuskan pada pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan pesan utama keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Aplikasi ini mengedukasi tentang pelestarian budaya, praktik pariwisata bertanggung jawab, dan mendukung perekonomian lokal. Dengan interaksi, partisipasi komunitas, dan pemetaan, pengguna dapat merasakan keindahan Desa Kemiren dan mendukung tindakan berkelanjutan. Aplikasi ini juga mempromosikan praktik ramah lingkungan. Tujuan aplikasi ini adalah memberikan pengalaman positif dan mendorong inovasi pariwisata berkelanjutan.

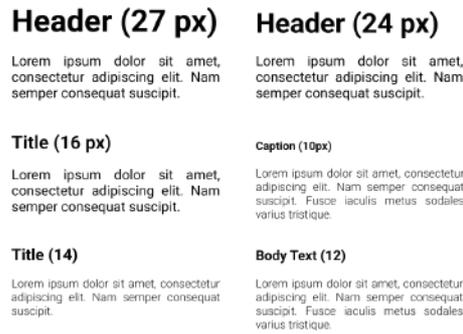
Dalam bentuk pesan verbal, aplikasi Kemiren merupakan platform yang memperkenalkan dan menggali kekayaan budaya yang tersembunyi di Desa Kemiren. Dengan desain visual yang konsisten dan kuat, aplikasi ini mencerminkan keindahan budaya Kemiren melalui penggunaan pola tradisional, warna yang relevan, dan tipografi yang sesuai. Desainnya menggabungkan estetika modern dan pesona tradisional untuk menciptakan tampilan yang menarik dan intuitif bagi pengguna. Melalui aplikasi Kemiren, pengguna dapat dengan mudah menjelajahi tempat menarik, acara budaya, dan usaha lokal di Desa Kemiren, memberikan pengalaman yang tak terlupakan dan meningkatkan pemahaman tentang warisan budaya yang unik.

Pada perancangan ini warna memiliki peran yang sangat penting dalam dunia desain. Selain memberikan keindahan visual, warna juga memiliki pengaruh yang besar terhadap sebuah desain. Warna yang dipilih dengan tepat dapat menarik perhatian pengguna, menciptakan daya tarik visual yang kuat, dan membantu mengomunikasikan pesan secara efektif.



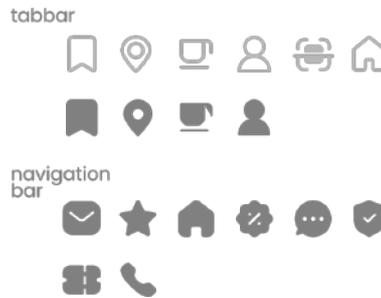
Gambar 3. Warna kemiren apps  
(Sumber: Azizi, 2023)

*Font* merupakan tampilan huruf yang memiliki berbagai ukuran dan gaya. Berdasarkan studi perbandingan, font sans serif sering digunakan dalam sebuah perancangan aplikasi. Oleh karena itu, peneliti memilih font keluarga Roboto yang sesuai dengan gaya huruf tersebut. Penggunaan *font* sans serif memberikan kesan minimalis dan modern



Gambar 4. Kombinasi font sesuai hierarki  
(Sumber: Azizi, 2023)

*Icon* membantu merepresentasikan fungsi atau aksi yang terkait dengan fitur-fitur didalam aplikasi Kemiren secara visual. Dalam aplikasi kemiren ini, *icon* dapat digunakan untuk membantu pengguna dalam *navigasi*. *Icon* yang terkait dengan kategori atau menu dapat memberikan panduan visual yang jelas kepada pengguna tentang konten atau fitur di dalamnya.



Gambar 5. Icon yang digunakan dalam aplikasi kemiren  
(Sumber: Azizi, 2023)

#### d. Visualisasi Karya

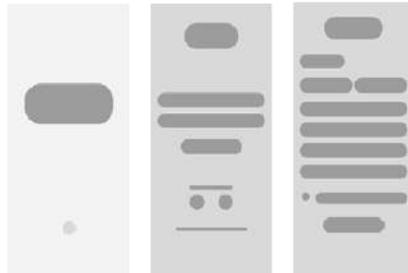
Dalam prototipe mobile apps Kemiren, terdapat beragam elemen dan fitur yang dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang komprehensif. Antarmuka pengguna yang didesain dengan baik dan mudah digunakan membantu pengguna berinteraksi dengan aplikasi dengan lancar. Fitur autentikasi pengguna, seperti login dan pendaftaran, memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mengelola data mereka dengan aman. Fitur unggulan dari aplikasi ini ada 3 diantaranya, booking tempat wisata, pesan produk lokal Desa Kemiren dan *scan barcode* untuk terhubung dengan tempat wisata.

Dashboard atau papan informasi dalam prototipe memberikan gambaran umum tentang data dan informasi yang relevan bagi pengguna, seperti *update* terbaru dari aplikasi dan promo yang disuguhkan bagi para pengunjung. Fitur pembayaran memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara online dengan cepat dan mudah. Fitur pencarian membantu pengguna dalam menemukan informasi dan konten yang mereka cari dengan mudah.

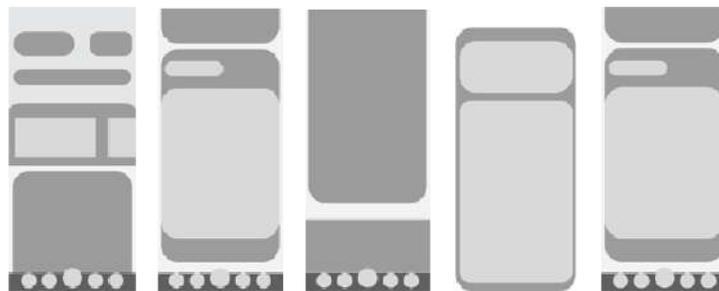
Fitur pengaturan akun memungkinkan pengguna untuk mengelola preferensi dan pengaturan pribadi mereka, seperti pengaturan profil, preferensi notifikasi, keamanan akun, atau pengaturan privasi. Integrasi media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, hasil transaksi, atau pencapaian dengan teman-teman mereka di platform media sosial yang terhubung.

Pada proses prototyping mobile apps Kemiren, umumnya terdapat dua tahapan utama yang melibatkan pengembangan prototipe dengan tingkat kepadatan informasi yang berbeda, yaitu *low fidelity* dan *high fidelity*.

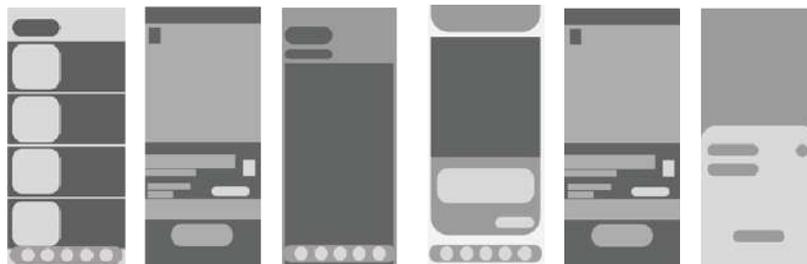
Pada tahap *low fidelity*, prototipe dibuat dengan tingkat kepadatan informasi yang rendah, seperti sketsa kasar atau *wireframe*. Fokus utama adalah menguji konsep dan alur navigasi secara kasar, sementara detail visual dan fungsionalitas belum menjadi prioritas. Tujuannya adalah untuk mendapatkan masukan dari pengguna awal dan mengidentifikasi kelemahan atau perbaikan yang diperlukan sejak dini sebelum memasuki tahap pengembangan lebih lanjut.



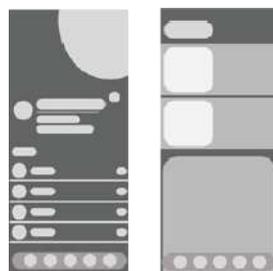
Gambar 6. Wireframe low fidelity on boarding, sign in & sign up page  
(Sumber: Azizi, 2023)



Gambar 7. Wireframe low fidelity explore main page  
(Sumber: Azizi, 2023)



Gambar 8. Wireframe low fidelity produk lokal, overview produk lokal, paket wisata, overview paket wisata  
(Sumber: Azizi, 2023)



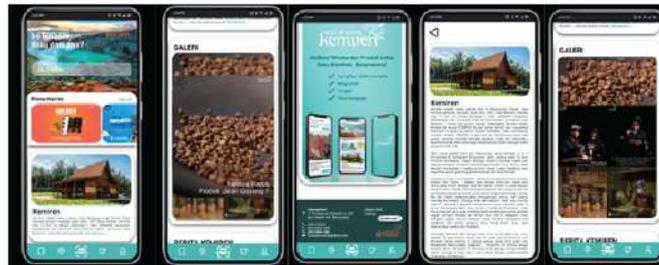
Gambar 9. Wireframe low fidelity menu profil dan halaman tersimpan  
(Sumber: Azizi, 2023)

Setelah tahap *low fidelity*, langkah selanjutnya adalah *high fidelity prototyping*. Pada tahap ini,

prototipe dikembangkan dengan tingkat kepadatan informasi yang lebih tinggi dan mendekati tampilan serta fungsionalitas akhir aplikasi yang sebenarnya. Menggunakan elemen visual lengkap seperti warna, jenis huruf, gambar, dan interaksi yang realistis. *High fidelity prototyping* memberikan gambaran yang akurat tentang penampilan dan perilaku aplikasi, sehingga pengguna dapat memberikan masukan yang lebih spesifik dan detail sebelum memulai pengembangan aplikasi secara penuh.



Gambar 10. Wireframe high fidelity on boarding, sign in & sign up page  
(Sumber: Azizi, 2023)



Gambar 11. Wireframe high fidelity explore main page  
(Sumber: Azizi, 2023)



Gambar 12. Wireframe high fidelity produk lokal, overview produk lokal, paket wisata, overview paket wisata  
(Sumber: Azizi, 2023)



Gambar 13. Wireframe high fidelity menu profil dan halaman tersimpan  
(Sumber: Azizi, 2023)

Untuk menunjang media utama, penulis menggunakan *supporting media* dengan menggunakan berbagai media. Media pendukung digunakan untuk promosi dan mengenalkan perancangan *prototype mobile apps* ui/ux Kemiren sebagai kampanye untuk bisa dikenal dan dirasakan secara langsung oleh pengguna.

Perancangan media pendukung infografis menampilkan keterangan deskripsi konten-konten yang ada dalam perancangan aplikasi Kemiren, seperti warna, ikon, tipografi, dan konsep. Pada halaman berikutnya, penulis menambahkan tampilan semua layar aplikasi dengan tujuan untuk membantu *audience* memahami dengan jelas konten yang ada dalam aplikasi Kemiren. Terdapat juga peta dari Desa Kemiren yang membantu wisatawan saat berkunjung.



Gambar 14. Infografis & Tourism Mapp  
(Sumber: Azizi, 2023)

Terdapat media pendukung untuk mendukung media utama diantaranya, *X Banner*, *ID Card*, dan video promosi, sebagai alat-alat yang mendukung promosi produk atau layanan dalam sebuah kampanye atau acara. Media-media tersebut memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan efektivitas komunikasi dengan audiens.



Gambar 15. Id Card, X Banner & Video Promosi  
(Sumber: Azizi, 2023)

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan inovasi digital dalam pariwisata berkelanjutan berbasis desa. Aplikasi ini diharapkan menjadi contoh inovasi baru dalam bidang pariwisata digital, terutama di Kabupaten Banyuwangi. Dalam hal ini, prinsip-prinsip desain UI/UX digunakan dengan baik, seperti penggunaan warna yang tepat, tata letak yang mudah dipahami, dan navigasi yang intuitif. Desain yang telah dibuat diarahkan agar pengguna aplikasi dapat memiliki pengalaman menyenangkan dan memperoleh informasi yang mereka butuhkan secara mudah. Selain itu, desain ini juga bertujuan untuk mempromosikan Desa Kemiren sebagai destinasi wisata menarik yang menyediakan pengalaman unik bagi pengunjung. Dengan penerapan desain UI/UX prototype yang *fresh*, aplikasi Desa Kemiren memiliki potensi untuk

menjadi sarana inovatif dalam memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata, tempat kuliner, serta kegiatan budaya yang ada di Desa Kemiren.

Setelah melakukan evaluasi terhadap aplikasi Kemiren, diharapkan aplikasi ini dapat menjadi sebuah terobosan baru dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan. Dalam penelitian ini, penulis sadar ada banyak kekurangan dan kelemahan sehingga memiliki saran untuk penelitian selanjutnya sebagai pengembangan aplikasi di masa mendatang. Penulis memiliki beberapa saran yang diajukan, diantaranya dengan penambahan fitur 3D AR pada aplikasi ini, sehingga pengguna dapat mengalami pengalaman yang lebih interaktif dan realistis saat menjelajahi destinasi wisata di Kemiren; sebelum memasuki tahap pemrograman, peneliti selanjutnya perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam terhadap desain aplikasi Kemiren. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain yang diimplementasikan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik.; Peneliti selanjutnya bisa erus mengembangkan desain aplikasi Kemiren dalam setiap pembaruan yang terjadi, karena hal ini penting untuk mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pengguna yang terus berubah, dan yang terakhir ialah mendorong para peneliti lain untuk melanjutkan penelitian ini agar dapat memberikan kontribusi yang lebih sempurna dalam pengembangan aplikasi Kemiren dan pariwisata berkelanjutan.

## REFERENSI

- Afiyanti, Y. (n.d.). ( *DISKUSI KELOMPOK TERFOKUS* ) *SEBAGAI METODE PENGUMPULAN DATA PENELITIAN KUALITATIF*.
- Averushyd Juliansyah, I., & Papatungan, I. V. (2022). Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking. *Automata*, 3(1).
- Darmawan, R. D., & Rohman, H. (2022). Peningkatan Performa Pengalaman Pengguna Aplikasi Seluler Ajaib dengan Pendekatan Design Thinking dan Pengujian A/B: Studi Kasus UX Terhadap Ajaib - Platform Investasi Daring. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.36499/jinrpl.v4i1.4762>
- Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8(1), 111–117. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730>
- Hasan, M., Kahfi, A. H., & Alamsyah, D. P. (2019). Analisa Pengaruh Mobile Application Dalam Menunjang Keberhasilan Wirausaha Di Kota Bekasi. *Jurnal Informatika*, 6(1), 47–52. <https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.4989>
- Informatika, P. M., & Pringsewu, S. (2017). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS BUSINESS TO CONSUMERS UNTUK MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK*. 15(2), 109–116.
- Mahendra, I. B. M. (2020). Aplikasi Desa Wisata Berbasis Android. *JELIKU (Jurnal Elektronik Ilmu Komputer Udayana)*, 8(3), 361. <https://doi.org/10.24843/jlk.2020.v08.i03.p20>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Misi, A. A., Tolle, H., & Az-zahra, H. M. (2021). *Perancangan Desain Interaksi Aplikasi Info Wisata Kota Malang Modul Info Wisata dengan Metode Competitive Analysis*. 5(2), 681–689.
- Profile, S. E. E. (2019). *Sustainable Tourism Development in The Era of Digital Transformation [ in : ] OPUS © Uluslararas ı Toplum Ara ş t ı r malar ı Dergisi-International Journal of Society Researches Sustainable Tourism Development in The Era of Digital Transformation*. March. <https://doi.org/10.26466/opus.530216>
- Rashid, R. A., Ismail, R., Ahmad, M., & Chua, N. A. (2020). *Mobile Apps in Tourism Communication : The Strengths and Weaknesses on Tourism Trips Mobile Apps in Tourism*.

<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1529/4/042056>

- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 219. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1549>
- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). *Penerapan Metode Design Pada*. 10(April), 79–96.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). UPAYA INDONESIA DALAM MENGEMBANGKAN SUSTAINABLE TOURISM BERSKALA INTERNASIONAL DI NATUNA PROVINSI KEPULAUAN RIAU (KEPRI), 248–253.
- Suprayogi Adhyaksa Pratama, W., & Dwi Indriyanti, A. (2023). Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 04(01), 50–61.
- Ux, U. I., Aplikasi, D., Surachman, C. S., Andriyanto, M. R., Rahmawati, C., & Sukmasetya, P. (2019). *Implementation of Design Thinking Methods in UI / UX Design for Dagang . in Applications*. 157–169.
- Yanti, D., Politeknik, D., & Medan, P. (2019). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITAL TOURISM*. XXVII(April), 814–821.