

Perancangan UI/UX Website Profil Desa Wisata Rancakalong dengan Metode *Design Thinking*

Muhamad Taufiq¹, Dally Nur Arif², Irena Novarlia³

Universitas Pendidikan Indonesia

¹mmmtaufiq8@gmail.com, ²dallynarif@upi.edu, ³irenanovarlia@upi.edu

ABSTRACT

The Rancakalong tourist village has very diverse cultural tourism potential but faces significant challenges in development and promotion. Designing a user interface and user experience website as a medium to make it easier for tourists to make transactions and search for information. The design of the Rancakalong tourist village profile website uses a design thinking approach, which is an approach that sharpens focus and understands user experiences and needs in an effort to develop digital aspects of tourist villages in the Indonesian Tourism Village Award (ADWI). The aim of this research is to design a user interface and user experience using a design thinking approach, as well as testing the Rancakalong tourist village website using the System Usability Scale (SUS) and Single Ease Question (SEQ) testing methods. This research uses mixed methods as its research method, with a qualitative method, namely unstructured user interviews, and a quantitative method, namely usability testing. After testing, the SEQ results show that the prototype design tends to fluctuate, so slight improvements need to be made to create good usability. continued to develop real products that can provide significant benefits to the community and potential tourists as users.

Keywords: designing, user interface, user experience, tourism village, design thinking

ABSTRAK

Desa Wisata Rancakalong memiliki potensi wisata budaya yang sangat beraneka ragam tetapi menghadapi tantangan signifikan dalam pengembangan dan promosi. Perancangan suatu *user interface* dan *user experience website* sebagai media untuk mempermudah wisatawan dalam bertransaksi dan mencari informasi. Perancangan *website* profil desa wisata Rancakalong menggunakan pendekatan *design thinking* yang merupakan pendekatan dengan menajamkan fokus serta memahami pada pengalaman dan kebutuhan pengguna dalam upaya mengembangkan aspek digital desa wisata dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Adapun tujuan penelitian ini yaitu merancang *User Interface* dan *User experience* dengan pendekatan *design thinking*, serta menguji *website* desa wisata Rancakalong dengan menggunakan metode pengujian System Usability Scale (SUS) dan Single Ease Question (SEQ). Penelitian ini menggunakan *mixed methods* sebagai metode penelitiannya, dengan metode kualitatif yaitu *user interview* tidak terstruktur dan metode kuantitatif yaitu *usability testing*. Setelah dilakukan testing, hasil SEQ menunjukkan bahwa rancangan *prototype* cenderung fluktuatif, sehingga perlu dilakukan sedikit perbaikan untuk terciptanya *usability* yang baik.. Pengujian SUS menghasilkan skor 86 dimana skor tersebut dapat dinyatakan dapat diterima oleh pengguna dan berada diatas rata-rata *usability* untuk *website* dan layak dilanjutkan untuk pengembangan produk nyata yang dapat memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat dan calon wisatawan sebagai pengguna.

Kata kunci: perancangan, *user interface*, *user experience*, desa wisata, *design thinking*

PENDAHULUAN

Teknologi dan informasi di era saat ini, mengalami perkembangan yang pesat telah menghasilkan perubahan besar dan signifikan. Hal ini dikarenakan kemampuannya dalam menyediakan informasi secara cepat, mudah, akurat, dan tidak terbatas. Dengan adanya internet, masyarakat dapat mengakses dan memperoleh informasi yang diinginkan secara efektif dan efisien (Denasfi & Wahyuni, 2023).

Desa wisata Rancakalong memiliki potensi wisata budaya yang sangat beraneka ragam, diantaranya memiliki potensi berupa wisata budaya kegiatan upacara adat seperti ngalaksa, hajat buruan, hajat lembur, bubur suro, dan cangkaruk mulu. Selain itu, terdapat juga atraksi kesenian seperti seni buhun tarawangsa, seni buhun rengkong, sholawat mulud, kuda renggong, seni buhun reak, pencak silat, dan beluk. Desa wisata yang disatukan menjadi komponen destinasi pariwisata berupa sumber daya wisata alam, budaya, dan nilai sosial yang memiliki daya tarik kepariwisataan dan menjadi penggerak motivasi wisatawan serta dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual, dan keragaman budaya yang ada juga dapat dikembangkan menjadi potensi unggulan desa (Tutik et al., 2021). Meskipun begitu, desa wisata Rancakalong masih memiliki beberapa kekurangan yaitu dari segi promosi dan informasi, khususnya promosi melalui *website* atau situs *online*.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada 2024 mencatat ada 6016 desa wisata di seluruh provinsi yang ada di Indonesia terdaftar pada *website* resmi JADESTA (Jejaring Desa Wisata). Jumlah tersebut bertambah sebesar 29% dibanding tahun 2023 yang sebanyak 4674 desa wisata. Desa wisata Rancakalong masuk kategori 300 besar pada tahun 2023 dan telah diklasifikasikan sebagai desa wisata berkembang, dan untuk mempertahankan atau menaikkan klasifikasi tersebut desa wisata Rancakalong berpeluang kembali dalam nominasi Anugerah Desa Wisata Indonesia tahun 2024 atau ADWI 2024

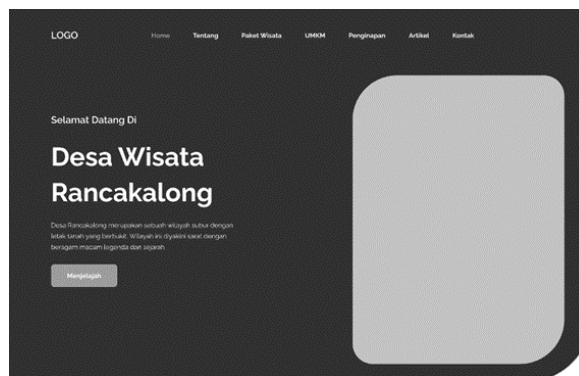
Gambar 1. Kriteria Penilaian Desa Digital



Sumber (Pedoman ADWI Kemenparekraf, 2024)

Pada pedoman nominasi Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024 memiliki kategori penilaian digital yaitu penghargaan bagi desa yang memiliki aspek

atau mengembangkan aspek yang terancam dalam kriteria penilaian dengan menggunakan media digital atau kreatif seperti pengembangan situs yang memiliki informasi yang akurat, berkualitas dan memiliki nilai konten yang kreatif dan menarik bernilai kearifan lokal, dan pelayanan infrastruktur. Berpacu pada kategori ADWI 2024, perlu diadakannya upaya atau langkah untuk memenuhi kriteria tersebut yang bertujuan untuk masuk nominasi ADWI 2024 yaitu salah satunya pada kategori digital dan kreatif. Pada kategori penilaian digital, menampilkan aspek poin berupa integrasi *e-commerce*, dan pada kategori penilaian kreatif memiliki situs dan informasi desa wisata yang akurat, berkualitas, kreatif dan menarik. Dalam upaya tersebut, rancangan sebuah situs mandiri yang dikembangkan dapat menjadi nilai tambah bagi desa wisata Rancakalong untuk bersaing dengan desa wisata lainnya, sehingga berkesempatan untuk memenangkan ADWI 2024 dan menaikkan klasifikasi desa wisata dari tahap berkembang atau mempertahankannya.



Gambar 2. Low Fidelity Website Profil Desa Wisata Rancakalong

Perancangan tampilan *user experience* menjadi fokus penting pada *website* desa wisata Rancakalong hingga menjadi tampilan desain antarmuka (*user interface*), karena dengan alur serta tampilan terhadap tampilan antarmuka *website* menjadi faktor utama untuk kemudahan pemakaian pada calon pengguna. Perancangan tersebut menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang merupakan pendekatan dengan menajamkan fokus serta memahami pada pengalaman dan kebutuhan pengguna untuk memecahkan sebuah masalah menjadi solusi yang dikembangkan menjadi ide inovasi (Amalina et al., 2017). Dalam pendekatan *Design Thinking* terdapat 5 tahap yang perlu dilakukan yaitu *empathy*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Dengan proses *empathy*, *define*, dan *ideate*. penggunaan pendekatan ini agar *website* yang dibuat hingga dijalankan sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan terhadap calon pengguna.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dituliskan rumusan masalah yaitu bagaimana merancang *user interface* dan *user experience* dengan pendekatan *design thinking* pada *website* profil desa wisata Rancakalong? dan bagaimana menguji kualitas *website* desa wisata Rancakalong dengan menggunakan metode pengujian System Usability Scale (SUS) dan Single Ease Question (SEQ)?

Tujuan penelitian ini adalah merancang *user interface* dan *user experience* dengan pendekatan *design thinking* pada *website* profil desa wisata Rancakalong, dan menguji *website* desa wisata Rancakalong dengan menggunakan metode pengujian System Usability Scale (SUS) dan Single Ease Question (SEQ). Maka dari itu Penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang permasalahan tersebut yang berjudul “Perancangan UI/UX *Website* Profil Desa Wisata Rancakalong dengan Metode *Design Thinking*”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yaitu pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah kompleks dan mengembangkan solusi inovatif dengan berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna. Pendekatan ini menekankan pada empat tahap utama: Empati, Definisi, Ideasi, *Prototyping* dan Testing. *Design thinking* mendorong pemikiran kreatif, kolaborasi tim lintas disiplin, dan pengujian berulang untuk mencapai solusi yang manusiawi dan efektif. *Design thinking* adalah pendekatan atau strategi yang dirangkap secara tertata untuk mengumpulkan dan menciptakan sebuah ide-ide baru yang dapat memecahkan suatu masalah (Prabowo, 2020). Menurut (Amalina et al., 2017) terdapat 5 tahapan dalam pendekatan *design thinking* untuk mencapai keragaman yang inovatif dan kreatif yaitu, *emphathy* (memahami pengguna), *define* (mengumpulkan data), *ideate* (menghasilkan ide), *prototype* (representasi dari solusi berupa produk) dan *testing* (pengujian produk).

User interview dilakukan dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur atau tidak memiliki pedoman wawancara yang tersusun. Dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur, diharapkan mendapatkan hasil wawancara yang lebih dalam sesuai dengan pengalaman pengguna mengenai penggunaan *website* desa wisata atau destinasi terkait. Selain itu, metode kualitatif juga digunakan ketika proses *usability testing*, dimana proses tersebut *user* akan menguji hasil rancangan *prototype* dan memberikan *feedback* secara langsung melalui System Usability Scale (SUS) yang menggunakan pengguna akhir (*end-user*) dalam proses penelitiannya. Pengujian dengan menggunakan System Usability Scale (SUS), dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & ((P1 - 1) + (P3 - 1) + (P5 - 1) \\ & + (P7 - 1) + (P9 \\ & - 1) + (5 - P2) + (5 \\ & - P4) + (5 - P6) \\ & + (5 - P8) + (5 \\ & - P10)) \times 2.5. \end{aligned}$$

Dimana, untuk pernyataan nomor ganjil (1, 3, 5, 7, 9), skor hasil pernyataan yang diperoleh dikurangi dengan angka 1 dan Untuk pernyataan nomor genap (2, 4,

6, 8, 10). Skor hasil pernyataan yang diperoleh untuk mengurangi angka 5. Jumlahkan semua nilai dan kalikan dengan 2,5.

Sedangkan metode kuantitatif dilakukan untuk mengukur kualitas rancangan *Website* Profil Desa Wisata Rancakalong dalam hal struktur dan keamanan, penyajian konten, dan interaksi berdasarkan penemuan dan nilai yang didapat dari pengalaman pengguna menggunakan kuesioner Single Ease Question (SEQ) yang dilakukan setelah partisipan menyelesaikan setiap *task* yang diberikan. Pertanyaan dalam SEQ umumnya mencari tahu pendapat *user* tentang seberapa sulit tugas yang baru saja mereka kerjakan. Skala yang digunakan merupakan Likert *scale* yang memuat nilai 1 hingga 7 dari paling sulit dan paling mudah, nilai SEQ dari rancangan yang dibuat, dapat disimpulkan dari tingkat fluktuatif diagram garis, yang berisi nilai rata-rata setiap *task*. Penguji akan meminta partisipan untuk menilai secara keseluruhan seberapa mudah dalam penggunaannya serta kelayakan rancangan sebelum dilanjutkan ke tahap berikutnya. Sehingga pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *mixed methods* yang digunakan adalah metode kualitatif yang akan dijadikan dasar untuk kemudian diuji dan dilakukan metode kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Emphatize

Pada tahap ini, dilakukan pemetaan hasil dari wawancara pengguna dalam bentuk *Empathy Map*. Dalam *empathy map* terbagi menjadi empat kuadran yaitu *says*, *thinks*, *feels* dan *does* untuk memetakan kebutuhan *website* profil desa wisata rancakalong. Berdasarkan penelitian tahap *emphatize* menghasilkan dalam kuadran *thinks* pengguna mengungkapkan bahwa *website* profil menjadi solusi untuk *user* mencari informasi terkait destinasi dan berharap *website* dirancang sederhana, menarik dan jelas. Dalam kuadran *says* pengguna mengungkapkan permasalahan tidak ada kontak dalam *website*, kendala tidak sinkronisasi, *website* tidak *update*, dan berharap tidak banyak fitur dan jelas. Adapun dalam *does* pengguna mengungkapkan bahwa *website* profil untuk mencari informasi dari artikel di *website*, informasi dari sosial media ataupun informasi di Google yang terintegrasi. Pengguna mengungkapkan dalam kuadran *feels* merasakan bahwa penggunaan *website* sangat membantu, keuntungan lebih jika *website* lebih minimalis dan mudah digunakan.

Define

Dalam tahap ini, dilakukan penganalisisan dan pemahaman berbagai insight atau wawasan. Analisis dilakukan dengan membuat 2 pemetaan yaitu *User Persona* dan *User Journey Map*.

Berdasarkan penelitian dalam tahap *define*, dihasilkan bahwa *user persona* yang mendeskripsikan *insight* yang disimpulkan dari hasil wawancara pada tahap *emphatize* dan menunjukkan *user persona* menggambarkan *insight* persona. Diperlihatkan persona memiliki kebiasaan mencari informasi terkait destinasi

melalui *website* ataupun artikel dan memiliki karakter yang minimalis, efisiensi, dan tidak kaku. User persona menunjukkan bahwa pengguna tersebut tidak suka desain yang kaku serta informasi yang tidak terbarukan, fitur *website* yang terlalu banyak dan tidak efisien serta membingungkan dalam penggunaannya. User persona memiliki harapan mengenai fitur *website* yang lebih sedikit tapi efisien, informasi terkait destinasi lebih terbarukan dan fitur mudah digunakan serta tidak membingungkan pengguna.

Berdasarkan hasil dari *user journey*, dimana terdapat 6 fase yang dilalui persona ketika akan menggunakan sebuah *website* profil desa wisata, yaitu fase rencana berwisata, mencari destinasi, menemukan destinasi, memesan produk, berkunjung, dan setelah berkunjung. Selain itu terdapat *actions* (sebagai aksi yang dilakukan pengguna), *expectation* (sebagai ekspektasi yang pengguna harapkan), *pain points* (sebagai indikator hambatan yang pengguna rasakan), dan *opportunity* (sebagai peluang ataupun *insight* untuk pemecahan masalah yang pengguna hadapi). *Pain points* persona pada *user journey* mengatakan bahwa persona mempunyai penyimpanan *device* yang tidak memadai, sulit mencari destinasi sesuai keinginan, tidak mudah menemukan informasi yang akurat dan terbaru, tidak ada kontak informasi terkait destinasi, produk tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan. Dengan *pain points* yang telah diketahui penulis dapat menganalisis masalah dan mendapatkan *opportunities* untuk menyelesaikan masalah pada *pain points* persona. *Opportunity* dapat dijabarkan seperti memuat informasi lengkap tentang destinasi, menyediakan fitur *website* yang ringan dan mudah digunakan, menampilkan informasi lengkap serta *ter-update* secara berkala, mempunyai visual *promotion* yang menarik dan *real product* agar tidak membuat pengguna kecewa, dan membuat kolom ulasan untuk berbagi pengalaman.

Ideate

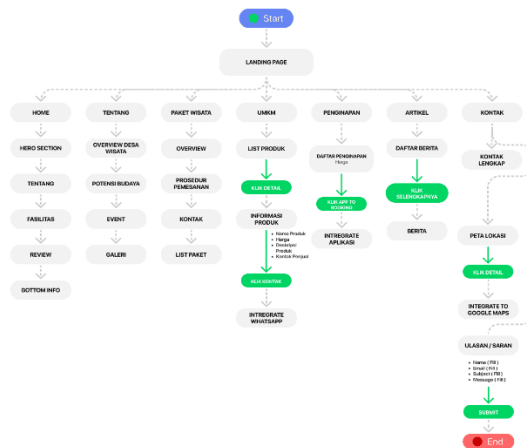
Dalam tahap ini, dilakukan pembuatan gagasan atau solusi dari permasalahan yang sudah dirumuskan. Ide atau solusi penyelesaian dari masalah yang sudah ditentukan dituangkan pada *affinity diagram* atau *prioritization matrix*, yang selanjutnya dapat membantu untuk perancangan *user flow* dan *wireframe* sebagai bentuk *low fidelity design*.

Matriks Prioritas dibuat dengan tujuan pemetaan realisasi solusi yang sebelumnya telah dihasilkan dari proses *brainstorming* untuk mencari solusi atau pemecah masalah. Matriks yang dirancang tersusun menjadi 4 kategori berdasarkan tingkat kesulitan implementasi dan tingkat durasi implementasi. Hasil menunjukkan bahwa solusi pembuatan *section* artikel, pemesanan paket perjalanan, informasi fasilitas atau penginapan dan pemesanan produk UMKM berada pada solusi yang mudah dan cepat untuk diimplementasikan, maka dari itu pembuatan solusi desain ini akan didahulukan untuk diimplementasikan pada tahapan awal.

Implementasi dan Pengujian

Perancangan *User Flow*

Alur yang dirancang merupakan hasil gagasan atau solusi untuk menuntun pengguna dari halaman awal hingga akhir berdasarkan hasil *update* yang telah ditentukan.

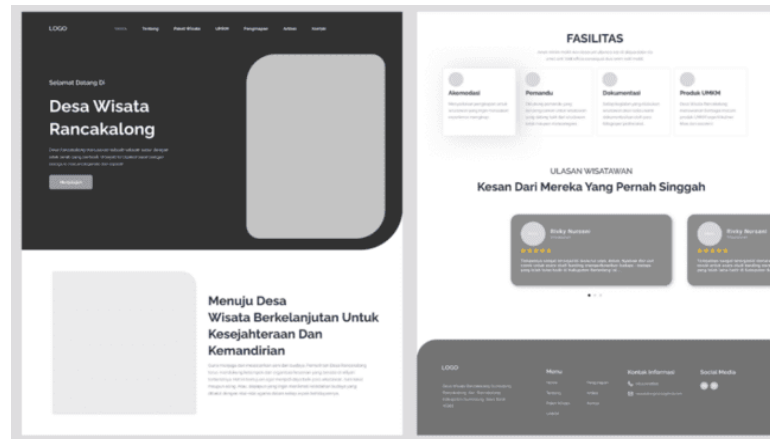


Gambar 3. *User Flow*

Pada Gambar 3 menunjukkan sebuah alur pengguna dalam menggunakan *website* Profil Desa Wisata Rancakalong. Alur menunjukkan dari awal halaman atau *Landing Page* menuju beberapa *section website* seperti *Home*, *Tentang*, *Paket Wisata*, *UMKM*, *Penginapan*, *Artikel*, dan *Kontak*. Dalam beberapa *section* yang tersedia juga menampilkan seperti *Hero Section*, *Tentang*, *Review*, *Overview* setiap *section*, *List Product*, serta beberapa *section* untuk *booking* atau pemesanan yang sudah terintegrasi dengan aplikasi Desa Wisata Rancakalong atau *section* lokasi dan ulasan yang sudah terintegrasi dengan Google.

Perancangan *Low Fidelity Website*

Wireframes dapat ditentukan terlebih dahulu ukuran layer yang akan digunakan untuk perancangan *user interface* secara *low fidelity*. Ukuran 1440 x (tergantung penggunaan layer) yang akan peneliti gunakan untuk perancangan *website* desktop Profil Desa Wisata Rancakalong.

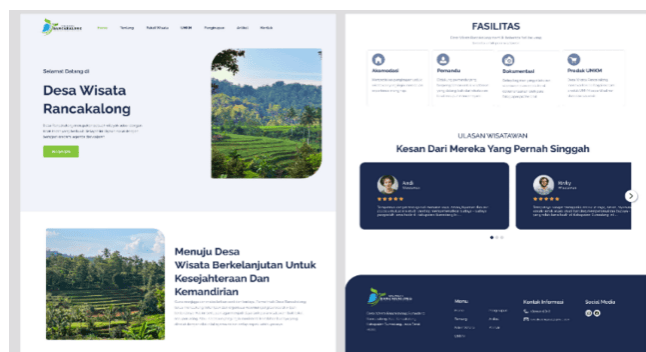


Gambar 4. Wireframe Halaman “Landing Page atau Home”

Pada Gambar 4 merupakan rancangan *Wireframe* yang dibuat untuk halaman *home* atau halaman utama ketika pengguna mengunjungi *website*. Pada halaman ini terdapat beberapa tombol navigasi, pertama ada di *Hero Section* navigasi untuk menggeser ke bawah untuk langsung menuju ke *highlight* tentang desa wisata, lalu dibawahnya ada navigasi di *section* ulasan untuk menggeser ke kanan dan ke kiri.

High-Fidelity dan Prototype

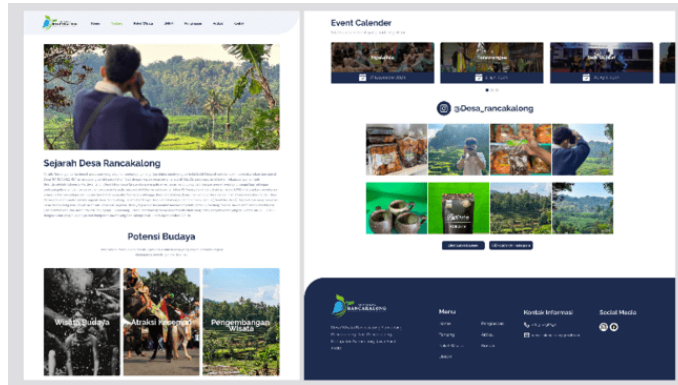
Berdasarkan *wireframes* dan *design system* yang telah dirancang sebelumnya, maka tahapan selanjutnya adalah perancangan *high fidelity design*. *High fidelity design* dirancang untuk keseluruhan tampilan dari desain *website* profil desa wisata Rancakalong yang nantinya akan dilanjutkan ke tahap *prototyping*, berikut merupakan *high fidelity design* yang telah dirancang.:



Gambar 5. Hi-Fi Halaman “Landing Page atau Home”

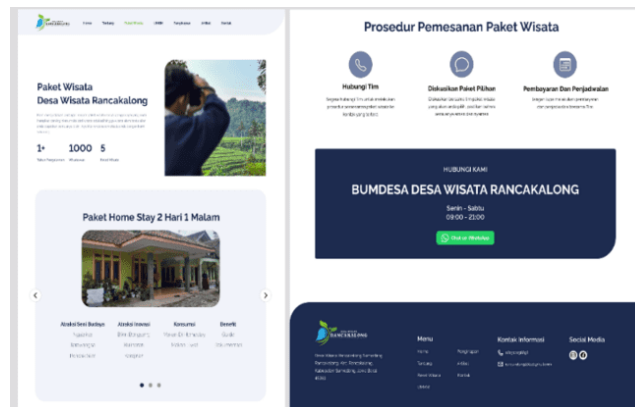
High fidelity design yang dapat dilihat pada Gambar 5 merupakan desain *Hi-Fi* yang dirancang untuk halaman “*Landing Page*”. Desain *Hi-Fi* yang dirancang mengikuti dari rancangan *Wireframe* sebelumnya yang telah dibuat dalam bentuk *low-fi*. *Design system* yang telah dibuat telah diterapkan atau digunakan pada *Hi-Fi design* ini, dari penggunaan warna, *button* dan lainnya. Pada halaman ini menampilkan profil desa secara singkat, hanya ada satu *button* navigasi yang tersedia

dalam halaman ini yaitu *button* “Menjelajah” untuk *scroll* navigasi ke *page* bawah *highlight* tentang profil desa wisata tersebut.



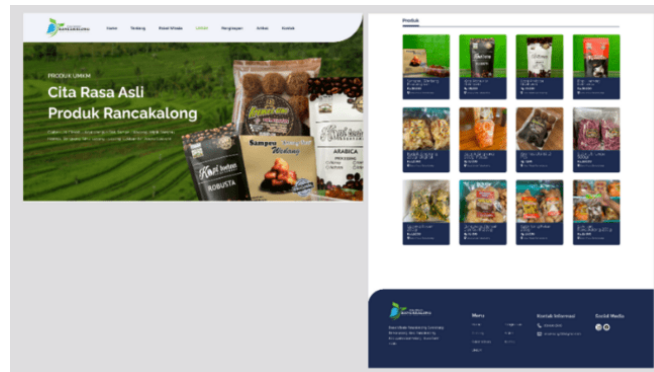
Gambar 6. Hi-Fi Halaman “Tentang”

Pada Gambar 6 menampilkan halaman “tentang” yang dimana pada halaman ini pengguna akan diarahkan ke halaman profil tentang desa wisata tersebut secara lengkap. Pada halaman ini terdapat 2 *button* navigasi yaitu untuk memperlihatkan galeri lengkap integrasi dengan aplikasi Instagram dan satu lagi navigasi *button* untuk mengarahkan ke profil Instagram desa wisata. Dan penggunaan *font* dan ikon yang sederhana dan menarik membuat pengguna lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.



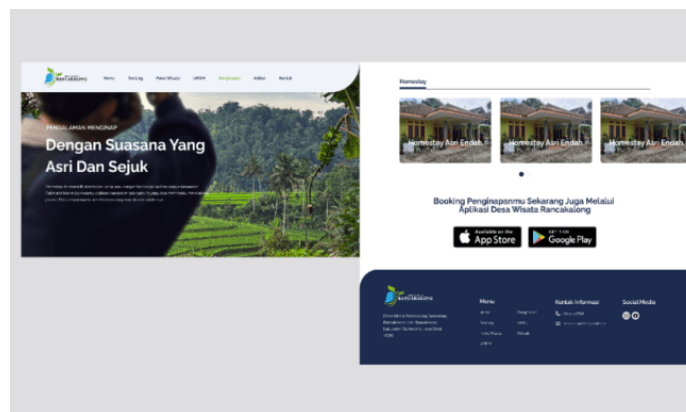
Gambar 7. Hi-Fi Halaman “Paket Wisata”

Pada Gambar 7 merupakan halaman yang cukup penting dalam *website* ini, dibuat dengan sesederhana mungkin untuk memudahkan pengguna dalam cara penggunaannya. Ada beberapa navigasi dan *button* navigasi dalam halaman Paket Wisata ini, yang pertama yaitu navigasi untuk *scroll carousel* untuk informasi paket wisata, dan *button* navigasi untuk mengarahkan pemesanan dan terintegrasi dengan aplikasi Whatsapp.



Gambar 8. Hi-Fi Halaman “UMKM”

High fidelity yang dapat dilihat pada Gambar 8, menampilkan halaman “UMKM”, dua halaman ini adalah halaman utama dan halaman Detail untuk *section* UMKM. Dalam halaman utama terdapat *button* untuk navigasi di *section* produk ke halaman Detail produk UMKM, dan dalam halaman Detail terdapat beberapa *button* navigasi seperti *button* “Order Sekarang” mengarahkan ke halaman integrasi Whatsapp untuk pemesanan sebuah produk, dan ada *button* navigasi di “Lihat Semua” dan navigasi *button* di *section* produk yang mengarahkan kembali ke halaman utama. Perancang menerapkan komponen yang sudah dirancang di *design system* yang sederhana dan menarik pengguna untuk berbelanja produk yang tersedia, dan mempermudah juga untuk pengguna jika ingin melakukan pemesanan produk melalui Whatsapp yang sudah terintegrasi.



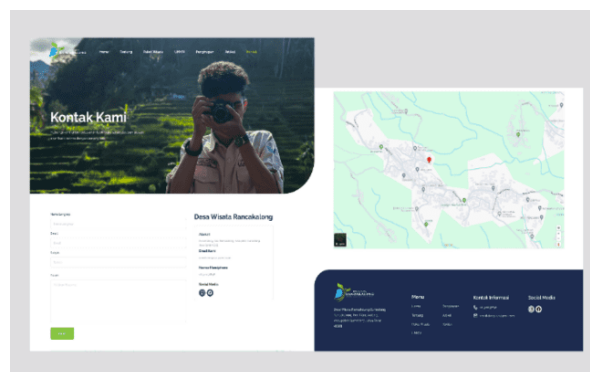
Gambar 9. Hi-Fi Halaman “Penginapan”

Pada Gambar 9 menampilkan desain *Hi-Fi* Halaman “Penginapan Utama” dan Halaman “Penginapan *Detail*”. Dalam halaman utama penginapan terdapat beberapa *button* navigasi seperti navigasi untuk *scroll* ke samping menampilkan *carousel* produk penginapan, *button* navigasi dalam produk penginapan untuk menuju ke halaman *Detail* produk, dan lalu ada *button* navigasi untuk menuju halaman Appstore atau Googleplay aplikasi desa wisata Rancakalong.



Gambar 10. Hi-Fi Halaman “Artikel”

High fidelity design halaman “Artikel” dapat dilihat pada Gambar 10. Pada halaman ini terdapat *section* artikel yang sederhana dengan menggunakan komponen warna, ikon, dan *font* yang cukup sederhana juga dan nyaman ketika digunakan dalam waktu yang cukup lama untuk membaca satu artikel.



Gambar 11. Hi-Fi Halaman “Kontak”

Pada Gambar 11 halaman “Kontak”, terdapat beberapa *button* navigasi serta *button* integrasi dengan aplikasi yang bersangkutan, dalam halaman ini komponen utama yaitu pada *font*, warna dan ikon yang diterapkan sudah dirancang dalam *design system* untuk penggunaan menjadi lebih sederhana, tidak membuat bingung, dan tetap elegan.

Hasil Tes Single Ease Question (SEQ)

Usability testing dilakukan secara kuantitatif dan *unmoderated*. *Usability testing* pada tahap ini terdapat 6 *task* yang akan diujikan kepada partisipan pengujian. Berikut Tabel 1 yang terdapat *task* pengujian.

Tabel 1. Deskripsi Task Pengujian

| No | Task | Deskripsi Task |
|----|---------------------------------|--|
| T1 | Jelajahi Home | Bagaimana anda akan mencari ulasan, dan menggunakan fitur yang ada di Home dan melanjutkan untuk ke <i>page</i> Tentang Desa Wisata Rancakalong? |
| T2 | Mencari Paket Wisata | Bagaimana anda akan mencari <i>page</i> untuk <i>booking</i> paket wisata yang tersedia sesuai prosedur? |
| T3 | Mencari dan memesan produk UMKM | Bagaimana melakukan pencarian dan pemesanan produk UMKM yang tersedia di <i>page</i> UMKM? |
| T4 | Melihat Penginapan | Bagaimana anda akan mencari fasilitas penginapan dan cara <i>booking</i> -nya? |
| T5 | Mencari Artikel | Bagaimana untuk mencari artikel di <i>page</i> artikel yang tersedia? |
| T6 | Mengirim Pesan Kontak Kami | Bagaimana jika ingin menulis pesan kritik atau saran untuk <i>website</i> ini? |

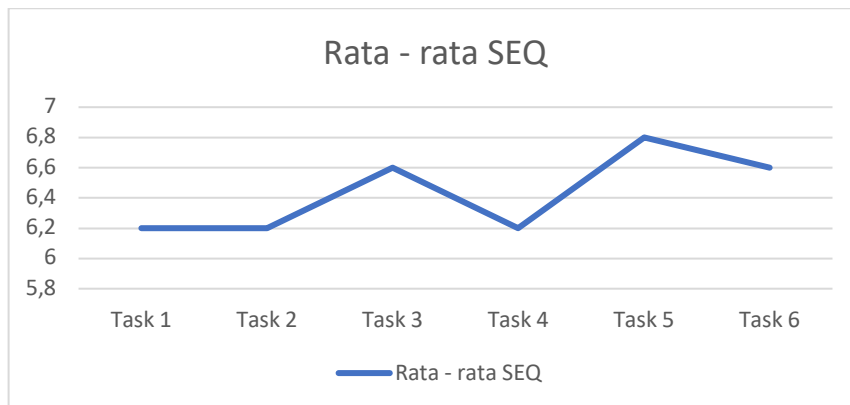
Pada Tabel 1 menunjukkan *task* pengujian yang akan diujikan kepada 5 partisipan. *Usability testing* pada tahap ini menggunakan kuesioner SEQ untuk mengukur tingkat keberhasilan perancangan *prototype Website* Desa Wisata Rancakalong. Berikut adalah tabel yang berisikan hasil dari penilaian yang sudah diisi oleh pengguna dari setiap fungsi yang sudah dilakukan pengujian.

Tabel 2. Hasil Pengujian untuk Pengukuran SEQ

| No. Partisipan | No. Task | | | | | | Rata-rata |
|------------------|----------|----|----|----|----|----|-------------|
| | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | |
| P1 | 6 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 | 8 |
| P2 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 | 8.2 |
| P3 | 6 | 6 | 6 | 6 | 7 | 7 | 7.6 |
| P4 | 6 | 5 | 6 | 6 | 7 | 6 | 7.2 |
| P5 | 6 | 6 | 7 | 7 | 6 | 6 | 7.6 |
| Rata-rata | | | | | | | 6.43 |

Dalam Tabel 2 terdapat nilai rata-rata dari hasil pengujian SEQ yang diberikan dan selanjutnya dapat dituangkan ke dalam bentuk diagram garis, untuk mengukur fluktuasi tingkat kesulitan setiap *task* yang diberikan. Grafik SEQ dari hasil pengujian SEQ adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Diagram SEQ



Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil SEQ pada rancangan *prototype* cenderung fluktuatif, sehingga perlu dilakukan sedikit perbaikan untuk terciptanya *usability* yang baik.

Hasil Tes System Usability Scale (SUS)

Pada tahap ini partisipan akan mengisi kuesioner System Usability Scale (SUS) untuk pengukuran *usability* pada rancangan yang telah dibuat. Berikut merupakan hasil dari *usability testing* dengan *instrument* System Usability Scale (SUS):

Tabel 4. Hasil Pengujian untuk SUS

| Partisipan | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 |
|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 |
| 2 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 4 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 1 |
| 4 | 4 | 2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 1 |
| 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 1 |

Tabel 5. Hasil Perhitungan Skala SUS

| <i>Scales</i> | | | | |
|------------------------|-------------------|--------------------------|---------------|--|
| <i>Odd Items</i> | <i>Even Items</i> | <i>SUS Score (1/100)</i> | <i>Grades</i> | |
| 18 | 14 | 80 | A | |
| 19 | 18 | 92.5 | A | |
| 17 | 13 | 75 | B | |
| 19 | 17 | 90 | A | |
| 20 | 17 | 92.5 | A | |
| Rata - rata SUS | | 86 | B | |

Pada Tabel 4 menunjukkan hasil dari penilaian partisipan terhadap *prototype*. Berdasarkan penilaian tersebut, *prototype* terasa sudah baik dari kegunaannya. Dapat dilihat dari perhitungan skala SUS pada Tabel 5 yang sudah mendapatkan rata-rata nilai 86. Dengan hasil nilai tersebut memiliki *acceptability ratings* pada rentang *acceptable*, *grade scale* pada rentang B, dan *adjective ratings* pada rentang *excellent*. Menurut Bangor (2009) skor minimum untuk sebuah *website* adalah sebesar 68,2, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *usability* dari *prototype* berada diatas rata-rata *website usability* dan layak dilanjutkan untuk pengembangan produk nyata yang dapat memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat dan calon wisatawan sebagai *user*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perancangan *user interface* dan *user experience website* profil desa wisata Rancakalong dengan *design thinking*, dapat disimpulkan bahwa melalui metode *design thinking*, dihasilkan rancangan UI/UX *website* profil desa wisata Rancakalong sesuai dengan kebutuhan pengguna, dengan metode *design thinking* menunjukkan bahwa pendekatan iteratif yang terdiri dari tahap *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*, berhasil menghasilkan desain yang lebih intuitif, informatif, dan menarik bagi pengguna. Melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, perbaikan navigasi, taat letak, dan tampilan visual dilakukan secara berkelanjutan berdasarkan skor yang diperoleh. Rancangan ini terdiri dari tampilan yang menarik dan nyaman untuk digunakan, fitur *buttons* dapat digunakan dengan mudah, dan fitur *integrate direct to whatsapp* bisa digunakan.

Hasil rancangan *User Interface* dilakukan *usability testing* secara kuantitatif dan *unremotted* serta kuisisioner System Usability Scale (SUS) dan Single Ease Question (SEQ) untuk mengukur tingkat keberhasilan perancangan ulang. Hasil SEQ menunjukkan bahwa rancangan *prototype* cenderung fluktuatif, sehingga perlu dilakukan sedikit perbaikan untuk terciptanya *usability* yang baik. Pengujian SUS menghasilkan skor 86 dimana skor tersebut dapat dinyatakan dapat diterima oleh pengguna dan berada diatas rata-rata *usability* untuk *website*

DAFTAR PUSTAKA

- Adesia (2021). Strategi pengembangan pariwisata pantai di Kecamatan Wabula, Kabupaten Buton (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Makassar).
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang purwarupa aplikasi UniBook menggunakan metode pendekatan design thinking. In Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi).
- Annisa Rachman & Joko Sutopo (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Jepara Menggunakan Metode Design Thinking

- Arikunto S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bangor, A. (2009). Determining What Individual SUS Scores Mean: Adding an Adjective Rating Scale. *4*(3), 10.
- Denasfi, A. M., & Wahyuni, E. G. (2023). Perancangan User Interface dan User experience situs web aplikasi traveling “ANGLO” dengan metode design thinking. *AUTOMATA*, 4(1)
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. ADWI 2024 – JADESTA. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/>
- Laubheimer, P. (2018, February 11). Beyond the NPS: Measuring Perceived Usability with the SUS, NASA-TLX, and the Single Ease Question After Tasks and Usability Tests.
- Lewis, J. R. & Sauro, J. (2018). Item benchmarks for the system usability scale. *Journal of Usability Studies*, 13(3).
- Najib, Azriel Azani. (2022). *Perancangan desain website ekowisata pesisir di Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Laporan Akhir. Institut Pertanian Bogor.
- Nielsen, J. (2000). Why you only need to test with 5 users. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>
- Prabowo, F. S. (2020). *Perancangan dan pembuatan transformable furniture dengan menggunakan design thinking* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia). <http://dspace.uui.ac.id/123456789/23996>
- Sabandar, V. P. & Santoso, H. B. (2018). Evaluasi aplikasi media pembelajaran statistika dasar menggunakan metode usability testing. *Teknika*, 7(1), 50-59.
- Simon Kemp. (2024). *Data Reportal Pengguna Internet di Indonesia Pada Tahun 2024*
- Tutik, T., Krisnatalia, H., Satato, Y.R., Solichoel, S., S& Hadi, S. (2021) Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973, <https://doi.org/10.31764/jpmb.5vil.490>