

PERANCANGAN DAN SOSIALISASI DESAIN USER INTERFACE PADA WEBSITE WISATA DESA WISATA CEMAGI

I.G.A. Samanjaya¹, I.B.G. Dwidasmara², dan I.P.G.H. Suputra³

ABSTRAK

Desa Wisata Cemagi merupakan sebuah desa yang memiliki daya tarik wisata yang cukup besar. Meskipun telah mendapat gelar sebagai desa wisata, nayatanya Desa Wisata Cemagi belum memiliki sebuah *website* pusat informasi digital khususnya terkait dengan informasi objek wisata yang ada. Dalam jurnal penelitian ini, salah satu masalah yang diangkat yaitu kebutuhan akan sebuah website wisata. Proyek ini melibatkan perancangan antarmuka yang baik guna memberikan kesan yang baik bagi pengguna. Perancangan antarmuka ini, akan menggunakan sebuah aplikasi yang bernama Figma, yang dimulai dari *wireframe* hingga menjadi *high fidelity*.

Kata kunci : Antarmuka, Website, Wisata.

ABSTRACT

Cemagi Tourism Village is a village that has a considerable tourist attraction. Although it has received the title as a tourist village, the name Cemagi Tourism Village does not yet have a digital information center website, especially related to existing tourist attraction information. In this research journal, one of the issues raised is the need for a travel website. This project involves designing a good interface to make a good impression on users. The design of this interface, will use an application called Figma, which starts from wireframe to high fidelity.

Keywords: Website, Tourism, User Interface.

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata Cemagi merupakan sebuah desa yang memiliki daya tarik wisata yang cukup besar. Meskipun telah mendapat gelar sebagai desa wisata, nyatanya Desa Wisata Cemagi belum memiliki sebuah *website* pusat informasi digital khususnya terkait dengan informasi objek wisata yang ada. Sesuai dengan 3 jargon penting upaya *Go Digital* oleh Kementerian Pariwisata Indonesia (Dharma, 2018) yaitu; *The More digital, the more personal* adalah semakin digital kita mempromosikan pariwisata secara personal kita dapat mengetahui demografi, psikografi dan perilaku konsumen secara efektif dan terukur; *The More digital, the more professional* adalah semakin digital kita semakin profesional mempromosikan pariwisata; dan *The More digital, the more global* adalah semakin digital kita maka kita menjangkau konsumen berbagai negara.

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman - halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan - jaringan halaman (Huda, 2020). Sebuah *website* mempunyai beberapa

¹ Program Studi, Fakultas MIPA, Universitas Udayana, Bukit Jimbaran, Badung, arisamanjaya09@gmail.com

² Program Studi, Fakultas MIPA, Universitas Udayana, Bukit Jimbaran, Badung, dwidasmara@unud.ac.id

³ Program Studi, Fakultas MIPA, Universitas Udayana, Bukit Jimbaran, Badung, hendrasuputra@unud.ac.id

Submitted: 9 Januari 2025

Revised: 24 Januari 2025

Accepted: 25 Januari 2025

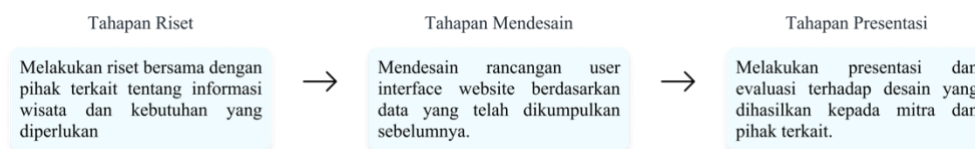
peranan media yang meliputi: sebagai media promosi; media pemasaran; media pendidikan; dan media komunikasi (Surentu dkk., 2020).

Sebagai sebuah sarana dalam memberikan informasi sekaligus promosi dan pemasaran terhadap wisata desa, *website* wisata tentunya harus memberikan tampilan antarmuka yang baik dan pengalaman yang nyaman bagi pengguna *website*. Pengalaman pengguna yang baik dapat membantu perusahaan tidak hanya meningkatkan pendapatan dan menghemat uang, tetapi juga, pengalaman pengguna yang buruk dapat secara serius mempengaruhi kepuasan, biaya, dan penjualan (Maioli, 2018). Situs *website* yang menonjol dan unik selalu mampu menarik basis pengguna yang lebih besar (Canziba, 2018). Tampilan pengguna atau *user interface* yang tidak tepat akan membuat pengguna dapat dengan mudah meninggalkan aplikasi yang ada (Nurkhotimah, 2023). Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pada jurnal pengabdian kali ini akan membahas perancangan dari *user interface* website wisata Desa Wisata Cemagi

2. METODE PELAKSANAAN

Demi mencapai hasil yang maksimal dalam membuat perancangan desain *user interface* website wisata Desa Wisata Cemagi, pada kegiatan kali ini menggabungkan riset mendalam tentang destinasi wisata yang ada dengan UI/UX. Metode pelaksanaan yang dilakukan dibagi menjadi 3 tahapan, yang akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Tahap Riset, pada tahapan ini, penulis melakukan riset dan survei langsung bersama dengan pihak terkait untuk mengidentifikasi berbagai destinasi wisata yang ada, memahami keunikan setiap tempat, dan mendokumentasikan informasi yang relevan. Selanjutnya, informasi ini akan dikompilasi dan disusun dengan cermat untuk memastikan keakuratan dan keberagaman konten.
2. Tahap Mendesain, pada tahapan ini mendesain rancangan user interface website berdasarkan data – data yang telah dikumpulkan sebelumnya yang nantinya akan menghasilkan sebuah prototipe. Pembuatan desain memperhatikan aspek – aspek warna, pemilihan font, dan tata letak yang sesuai agar memberikan kesan dan pengalaman yang baik bagi pengguna ketika menggunakan website wisata Desa Wisata Cemagi nantinya.
3. Tahap Presentasi, pada tahapan ini desain prototipe yang dihasilkan akan dipresentasikan kepada mitra beserta pihak terkait, pada tahapan ini juga akan dilakukan evaluasi terhadap desain yang dihasilkan.

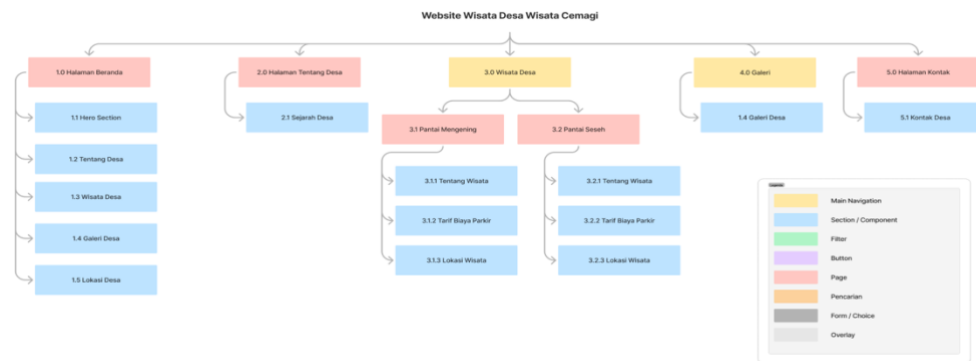


Gambar 2.1 Diagram Metode

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Perancangan *Information Architecture Website*

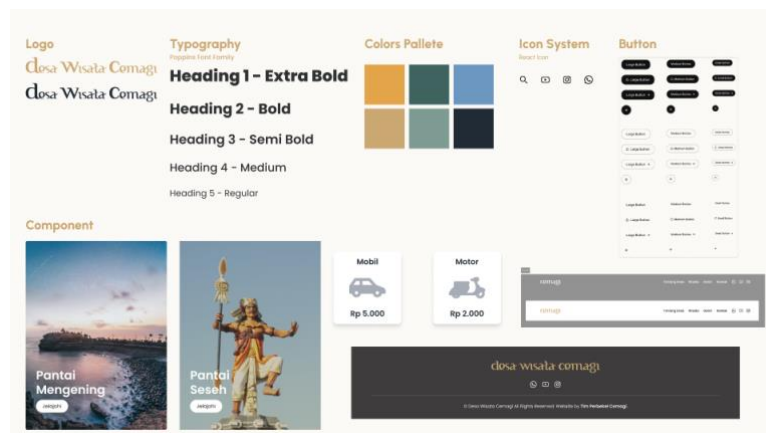
Dalam membangun sebuah website, penting halnya merancang sebuah kerangka arsitektur informasi agar pengguna mudah dalam memahami dan menemukan informasi pada website kita. *Information Architecture* memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah menavigasi situs atau aplikasi, sehingga mereka dapat menjelajahi situs dengan lebih mudah (Novaldo, 2024). Selain itu dengan adanya IA, biaya konstruksi dan pemeliharaan situs dapat ditekan karena struktur yang tepat dan efisien (Anindyaputri Irene, 2024). *Information architecture* dari website Wisata Desa Wisata Cemagi disajikan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Information Architecture Website Wisata Desa Wisata Cemagi

Pada gambar 3.1 menampilkan arsitektur informasi dari website Wisata Desa Wisata Cemagi yang Struktur navigasi website wisata Desa Cemagi mencakup halaman Beranda dengan Hero Section, Tentang Desa, Wisata Desa, Galeri Desa, dan Lokasi Desa. Halaman Tentang Desa menyajikan sejarah desa, sedangkan Wisata Desa memuat informasi detail tentang Pantai Mengening dan Pantai Seseh, termasuk tarif parkir dan lokasi. Galeri Desa menampilkan koleksi gambar dan video, dan Halaman Kontak menyediakan informasi kontak pengelola desa wisata. Navigasi utama berwarna kuning, bagian halaman berwarna biru, dan halaman berwarna merah, memudahkan pengunjung menemukan informasi tentang desa Cemagi.

3.2. Desain *User interface*

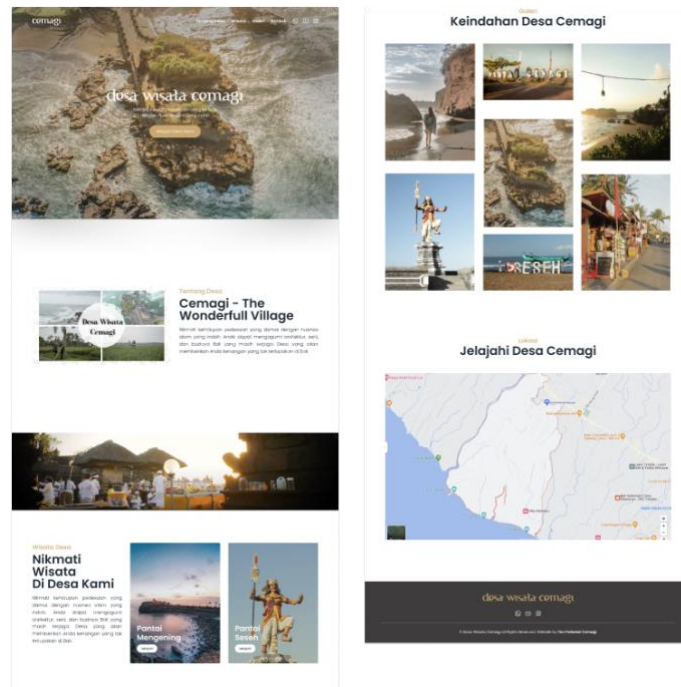


Gambar 3.2 UI Kit

Gambar 3.2 di atas merupakan *UI Kit* dari website wisata Desa Wisata Cemagi. *UI Kit* ini berisi logo, Tipografi, warna palet, sistem ikon, hingga component desain. Color palette atau palet warna adalah sebuah set warna yang terbentuk dari beberapa warna berdasarkan skema warna yang dipilih (Alexander et al., 2020). Color palette digunakan membantu menciptakan konsistensi visual dan mencerminkan citra merek. Tipografi berkaitan dengan penataan dan penataan bahasa visual (Baines & Haslam, 2005). Tipografi yang baik dapat

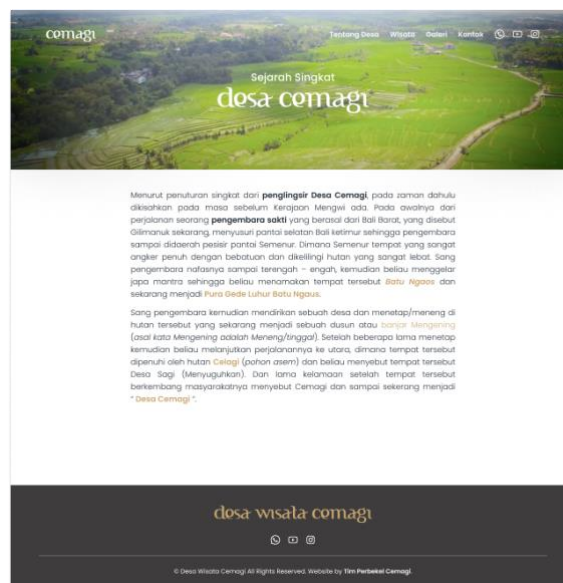
Perancangan dan Sosialisasi Desain User Interface Pada Website Wisata Desa Wisata Cemagi

menyampaikan pesan yang jelas dari isi konten website kepada pengguna. Komponen adalah elemen desain yang dapat digunakan kembali, seperti tombol atau header, yang mempercepat pengembangan desain dan memastikan konsistensi tampilan dan fungsionalitas elemen di seluruh antarmuka pengguna.



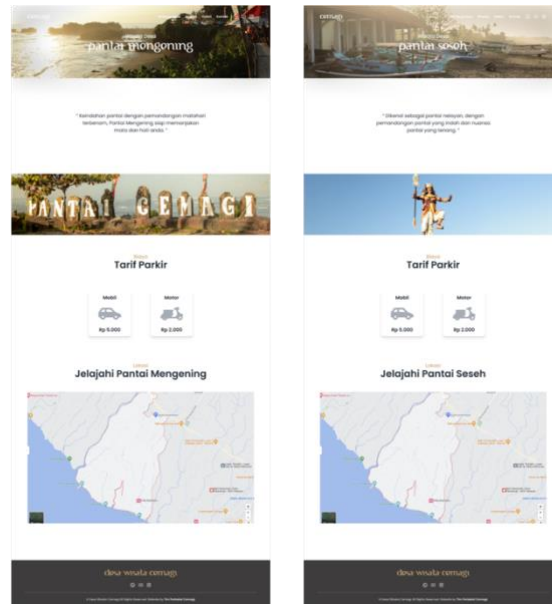
Gambar 3.3 Prototipe Halaman *Landing Page*

Gambar 3.3 merupakan prototipe *Landing Page* yang dibagi menjadi 4 bagian yaitu bagian *hero*, bagian tentang desa, bagian wisata desa, bagian galeri, dan bagian lokasi. Pada bagian *hero* merupakan bagian pertama yang akan dilihat pengguna ketika mengakses website nantinya. Bagian ini didesain semenarik dan seunik mungkin agar membuat pengguna terkesan dan tertarik. Bagian tentang desa menjelaskan secara singkat tentang Desa Cemagi, dimana pada bagian ini dibagi menjadi 2 bagian pada bagian kiri merupakan video tentang Desa Cemagi dan disebelah kanan deskripsi singkat Desa Cemagi. Bagian wisata desa menampilkan wisata desa yang ada. Bagian galeri menampilkan kumpulan foto pemandangan indah dari setiap wisata yang ada. Bagian lokasi menunjukan lokasi desa cemagi pada peta *Google Maps*.



Gambar 3.4 Prototipe Halaman Sejarah Desa

Gambar 3.4 merupakan prototipe Halaman Sejarah Desa. Pada halaman ini menampilkan sejarah singkat dari Desa Cemagi.



Gambar 3.5 Prototipe Halaman Wisata

Gambar 3.5 merupakan prototipe Halaman Wisata. Pada halaman ini menampilkan tarif parkir dan lokasi dari masing – masing dari wisata.

4. KESIMPULAN

Proses perancangan desain user interface website wisata Desa Wisata Cemagi berhasil dilakukan dengan baik. Sesuai dengan metode pelaksanaan melalui 3 tahapan yaitu tahapan riset, desain, dan presentasi. Melalui tahapan – tahapan tersebut berhasil menghasilkan prototipe *user interface* dari website wisata Desa Wisata Cemagi. Tahapan presentasi pun berjalan lancar dengan umpan balik dari mitra dan pihak terkait yang baik dan sudah sesuai dengan capaian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh perangkat Perbekel Desa Cemagi dan semua yang terlibat dalam proses perancangan desain *user interface website* wisata desa kali ini. Keberhasilan ini adalah hasil kerjasama yang kuat dan dedikasi yang luar biasa. Dengan dukungan dari metode introduksi, diskusi, dan presentasi yang efektif, kami berhasil mencapai tujuan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pembimbing yang telah membimbing penulis dalam membuat jurnal pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindyaputri Irene. (2024, April 25). *Apakah Information Architecture Adalah Hal Penting dalam Bisnis?* <https://glints.com/id/lowongan/information-architecture-adalah/>
- Huda, M. (2020). Website sebagai Media Informasi dan Bisnis. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 1(1), 56–68. <https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jcse/article/view/678>
- Maioli, L. (2018). *Fixing Bad UX Designs: Master proven approaches, tools, and techniques to make your user experience great again*. Packt Publishing Ltd.
- Nurkhotimah, A. (2023). *Evaluasi dan Perbaikan Desain User Interface Pada Aplikasi Btn Mobile dengan Metode User Centered Design*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/70873>

- Novaldo. (2024, June 3). *Apa Itu Information Architecture pada Desain UI/UX?* <https://digitalcenter.id/apa-itu-information-architecture-pada-desain-ui-ux/>
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117>
- Canziba, E. (2018). *Hands-On UX Design for Developers: Design, prototype, and implement compelling user experiences from scratch*. Packt Publishing Ltd.
- Dharma, I. H., & Denpasar, N. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81–92. <https://doi.org/10.25078/PBA.V3I2.649>
- Alexander, J., Pangestu, D. R., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan Genetic Neural Network dalam Pemilihan Color Palette untuk Desain Skema Warna. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 284–297. <https://doi.org/10.31154/COGITO.V6I2.271.284-297>
- Baines, P., & Haslam, A. (2005). *Type & typography*. Laurence King Publishing.