

## PERANCANGAN REDESAIN *USER INTERFACE WEBSITE* KAMPUNG WISATA KREATIF CIGADUNG BANDUNG MENGGUNAKAN METODE *USER CENTERED DESIGN*

Zuhreini Amanda<sup>1\*</sup>, Moh. Isa Pramana Koesoemadinata<sup>2</sup>, Joko Rurianto<sup>3</sup>,  
Bimahadi Ilmawan Ronggowarsito<sup>4</sup>, Fatwa Amin Rais<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University  
\*corresponding author email: amachi@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>

### Abstrak

Industri kreatif menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Oleh karena itu, Kampung Wisata Kreatif telah dihadirkan oleh Pemerintah Kota Bandung sebagai upaya pengembangan pariwisata dengan konsep *Community Based Tourism* (CBT), salah satunya adalah KWKC (Kampung Wisata Kreatif Cigadung). KWKC merupakan kawasan wisata kreatif dan seni budaya dengan konsep CBT yang berlokasi di Kelurahan Cigadung, Bandung. Meskipun KWKC telah memiliki *website* resmi, hasil survei menunjukkan bahwa *website* tersebut masih memiliki kekurangan pada tiga aspek desain *user interface*, yaitu tema *website* yang kurang menarik, tampilan informasi yang kurang informatif, serta fitur yang belum memenuhi kebutuhan pengguna. Maka dari itu, perancangan ulang *user interface website* KWKC dilakukan dengan menggunakan metode *user-centered design* (UCD) agar manfaat *website* dapat lebih optimal. Aspek yang diperbaiki meliputi redesign tema *website*, tampilan informasi yang lebih baik, dan penambahan fitur baru. Berdasarkan hasil perancangan ulang *user interface* dan survei akhir kepada pengguna, 96% responden menyetujui bahwa desain visual yang baru secara keseluruhan lebih menarik, serta 93% responden menyetujui bahwa desain baru lebih menarik dan informatif dibandingkan desain sebelumnya.

**Kata Kunci:** *community based tourism*, metode UCD, web design, UI UX

### Abstract

*The creative industry is one of the main pillars of Indonesia's economic growth, especially in the city of Bandung. Therefore, the Bandung City Government has introduced the Creative Tourism Village as an effort to develop tourism with the Community Based Tourism (CBT) concept, one of which is KWKC (Cigadung Creative Tourism Village). KWKC is a creative and cultural tourism area with a CBT concept located in Cigadung Village, Bandung. Even though KWKC has an official website, survey results show that the website still has shortcomings in three aspects of user interface design: a less attractive website theme, less informative information displays, and features that do not meet user needs. Therefore, the user interface of the KWKC website was redesigned using the user-centered design (UCD) method to optimize the website's benefits. The improvements included a redesign of the website theme, a better display of information, and the addition of new features. Based on the results of the user interface redesign and a final user survey, 96% of respondents agreed that the new visual design was overall more attractive, and 93% of respondents agreed that the improved design was more informative and engaging than the previous design.*

**Keywords:** *community based tourism*, UCD method, web design, UI UX

## 1. PENDAHULUAN

industri kreatif telah menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan nilai tambah sebesar Rp. 1.300 triliun. Industri kreatif sangat berkaitan dengan industri pariwisata di Indonesia (Hendriyani 2023). Hal ini dikarenakan industri pariwisata merupakan sektor kompleks yang dapat menggerakkan sektor-sektor lain, seperti kerajinan tangan, cendera mata, penginapan, dan transportasi. Tiga subsektor industri kreatif yang terkait erat dengan industri pariwisata dan memberikan kontribusi cukup besar bagi perkembangan pariwisata nasional adalah kuliner (32%), fesyen (28,7%), dan kerajinan (14,7%). (Rosyid & Ramadhani, 2023).

Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, memperkenalkan Bandung Creative Belt pada tahun 2018. Bandung Creative Belt merupakan inisiatif dalam kerangka program pengembangan dan pembangunan destinasi pariwisata. Program ini melibatkan jejaring potensi ekonomi kreatif setempat untuk menciptakan destinasi wisata kreatif yang tematik di Kota Bandung. (Wirdayanti et al.,2021) menyebutkan salah satu pengembangan pariwisata yang dapat memberdayakan masyarakat dengan *Community Based Tourism (CBT)* adalah pengembangan kampung wisata. Oleh karena itu Pemerintah Kota Bandung menghadirkan Kampung Wisata Kreatif sebagai upaya pengembangan pariwisata dengan CBT yang melibatkan ekonomi kreatif. Salah satu Kampung Wisata Kreatif yang telah diresmikan adalah Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Kampung Wisata Kreatif Cigadung mengusung konsep CBT dengan memiliki *tenant* UMKM utama yaitu Batik Komar, Kampung Batik Cigadung (KBCGN), Batik Hasan, Saung Kasep, Studio Rosyid, dan Curug Ranca Kalong (RCK) (David & Rosanto, 2020).

Tujuan dari pembentukan desa wisata adalah untuk meningkatkan peran masyarakat sebagai pelaku penting dalam sektor pariwisata dan meningkatkan kualitas perkembangan pariwisata di suatu daerah dengan cara memberdayakan masyarakatnya untuk berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya peningkatan potensi pariwisata atau lokasi daya tarik yang ada di lingkungannya (Aurelya et al.,2022). Promosi online dianggap lebih menguntungkan daripada promosi *offline* karena perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dalam dunia maya (Adhanisa C, Anna Fatchiya D, 2017). Media *online* menjadi pilihan sebagai sarana promosi mengingat jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Hal ini didukung data yang mengungkapkan Indonesia merupakan negara sebagai pengguna *smartphone* terbanyak keempat di dunia (Dataindonesia.id,2022).

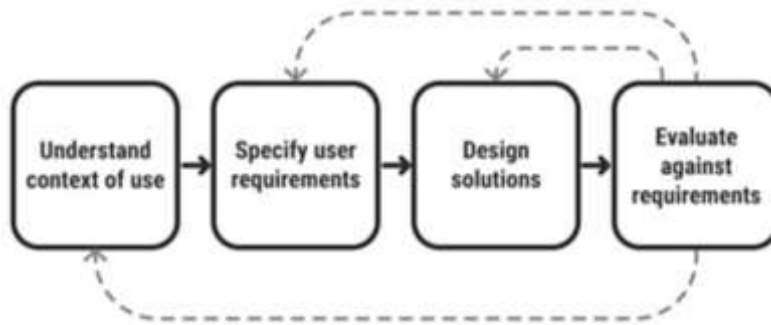
*Website* dianggap lebih efektif dibandingkan dengan media sosial online lainnya karena memberikan ruang yang lebih luas untuk menampilkan informasi secara terperinci tentang produk dan layanan (Wijaya et al., 2020). Pengelola juga memiliki kontrol yang lebih besar dalam hal desain, konten, dan fungsionalitas, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran secara lebih fleksibel. Dalam konteks pemasaran pariwisata, *website* dapat menyajikan informasi lengkap tentang destinasi wisata, paket-paket wisata, testimoni, dan berita terkait kepariwisataan.

Antarmuka pengguna atau *user interface* (UI) adalah *platform* yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dan sistem komputer. Berdasarkan (Tobing et al., 2023), UI mencakup beberapa aspek, yaitu desain visual, warna, tipografi, tata letak halaman, dan desain navigasi yang mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Pemilihan warna yang menawan dan skema inovatif dapat meningkatkan ketertarikan dibandingkan dengan penawaran serupa oleh pesaing (Swasty et al., 2021). Selain itu, UI juga mencakup elemen interaktif seperti tombol, menu, dan kontrol lainnya yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan sistem komputer (Paneru et al., 2024). UI yang baik dan tepat dapat memudahkan dan menarik calon konsumen, sehingga membuat kegiatan berbelanja atau bertransaksi dilakukan dengan mudah, cepat, dan efisien (Saputra et al., 2023). Ketertarikan itu akan meningkatkan minat tentang produk, mengungkapkan keinginan untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk, menunjukkan minat untuk menguji produk, mempertimbangkan pembelian produk, dan pada akhirnya bertujuan untuk melakukan pembelian produk (Rurianto and Ramantoko, 2017).

KWKC telah memiliki *website* resmi. *Website* tersebut telah mencakup informasi antara lain destinasi wisata pada KWKC, daftar UMKM, paket wisata, dan beberapa informasi lain. Tetapi berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di KWKC, desain *website* yang telah ada memiliki kekurangan, antara lain minimnya permainan warna yang memberikan identitas KWKC, kemudian isi konten yang jarang ter-update, penggunaan *font* yang tidak konsisten dan sulit dibaca. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan, didapati beberapa kebutuhan yang dibagi pada tiga bagian utama, yaitu rancangan ulang tema *website*, tampilan informasi yang lebih baik, dan penambahan fitur baru. Untuk itu perlu dikembangkan sebuah UI yang dirancang khusus untuk *Website* Resmi KWKC, dengan mengadopsi pendekatan yang terfokus pada pengguna atau *user-centered design* (UCD). Melalui metode ini, diharapkan dapat dihasilkan rancangan *website* resmi KWKC yang dapat menjadi sumber informasi yang informatif, menarik, dan memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan calon pengunjung KWKC.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan alat analisis UCD (*User Centered Design*). UCD lebih efektif untuk perancangan *website* karena pendekatan ini menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam proses desain karena membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik (Ridho et al., 2023). Dalam pendekatan UCD, terdapat beberapa prinsip yang sangat penting, seperti pemahaman yang jelas terhadap pengguna, pengembangan desain berdasarkan evaluasi dan pengalaman pengguna, serta partisipasi klien dalam proses perancangan. Proses UCD sendiri dapat dibagi menjadi empat tahap, yang digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Empat langkah dalam proses UCD

[Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design>]

Pada penelitian ini dilakukan penerapan metode UCD pada perancangan ulang *website* KWKC. Penerapan ini dilakukan dengan menerapkan keempat langkah pada UCD. Luaran yang dihasilkan adalah desain baru pada *website* KWKC, yang diterapkan dengan hasil dari metode UCD. Tahapan yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut.

- 1) *Understand context of use*. Tahap memahami konteks penggunaan yaitu perancang harus memahami sikap pengguna dengan mengumpulkan data yang relevan. Pada tahap ini akan dilakukan pemahaman terhadap konteks *user-centered design*, khususnya pemahaman terhadap KWKC. Pemahaman dilakukan dengan melihat latar belakang KWKC, melakukan observasi kegiatan pada KWKC, serta melakukan observasi pada *website* KWKC.
- 2) *Specify user requirements*. Tahap menetapkan kebutuhan pengguna yang melibatkan identifikasi tujuan yang ingin dicapai oleh pengguna untuk menentukan kebutuhan mereka. Pada tahap ini akan dilakukan penetapan kebutuhan pengguna dengan melakukan survei awal terkait dengan desain *website* yang telah ada, kejelasan informasi yang tercantum, dan fitur yang belum didapat atau fitur yang belum terlihat jelas. Survei dilakukan kepada pengguna, yaitu calon pengunjung KWKC dan pengelola UMKM di KWKC.
- 3) *Design solutions*. Tahap merancang solusi dengan melibatkan proses konseptualisasi, pembuatan prototipe, dan pengembangan desain akhir. Pada tahap ini akan dilakukan perancangan desain baru berdasarkan *requirement* yang telah didapatkan di tahap 2. Perancangan dilakukan mulai dari *wireframe website* baru, yang kemudian dilanjutkan dengan desain secara visual. Desain yang dirancang kemudian diimplementasikan secara *dummy* untuk dilakukan evaluasi.
- 4) *Evaluate against requirements*. Tahap evaluasi terhadap kebutuhan melibatkan pengujian yang berkelanjutan dari proses pengembangan yang dimulai dari tahap awal hingga tahap akhir. Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi hasil perancangan desain baru terhadap *requirement* yang telah didapatkan. Evaluasi dilakukan dengan melakukan survei yang membandingkan aspek desain baru *website*, kejelasan informasi pada desain baru, dan fitur baru yang ditambahkan pada desain baru sesuai dengan kebutuhan pengguna. Survei dilakukan kepada pengguna, yaitu calon pengunjung KWKC dan pengelola UMKM di KWKC.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 *Understand Context of Use*

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada halaman *website* resmi KWKC (<https://www.kwkcigadung.com/>), terdapat beberapa permasalahan desain, antara lain:

- a. Halaman utama *website* KWKC tidak langsung menampilkan seluruh informasi pada KWKC, dan terdapat layout tampilan yang tidak terisi sehingga menimbulkan kesan kosong. *Font* yang digunakan pada header masing-masing sub menu juga kurang mudah dibaca.



Gambar 2. Halaman utama *website* KWKC  
[Sumber: <https://www.kwkcigadung.com>]

- b. Pada halaman utama *website* KWKC terdapat daftar UMKM, tetapi tidak ditemui keterangan pada *page* UMKM di *website* resmi KWKC. Karena tidak terdapat konten dan informasi di halaman terkait UMKM tersebut serta tidak terlihat produk yang dihasilkan oleh UMKM terkait, maka calon pengunjung kesulitan mendapatkan informasi kegiatan dan produk yang dihasilkan oleh UMKM di KWKC.



Gambar 3. Halaman UMKM KWKC  
[Sumber: <https://www.kwkcigadung.com>]

- c. Pada *website* KWKC terdapat menu paket wisata, tetapi halaman tersebut tidak mencantumkan informasi yang jelas, menggunakan *font* yang sulit dibaca, serta tidak terdapat kontak yang dapat dihubungi.



Gambar 4. Halaman paket KWKC  
[Sumber: <https://www.kwkcigadung.com>]

### 3.2 Specify User Requirements

Berdasarkan hasil *user interview* dengan pengelola KWKC dan pengelola masing-masing UMKM di KWKC, serta berdasarkan hasil kuisisioner yang dilakukan kepada pengguna yaitu calon pengunjung KWKC, didapati beberapa *requirement* yang dibutuhkan pada perancangan ulang *website* KWKC. Hasil survei awal pada calon pengunjung KWKC didapati beberapa kebutuhan yang dibagi pada tiga bagian utama, yaitu redesain tema *website*, tampilan informasi yang lebih baik, dan penambahan fitur baru. Penjelasan dari masing-masing kebutuhan sebagai berikut:

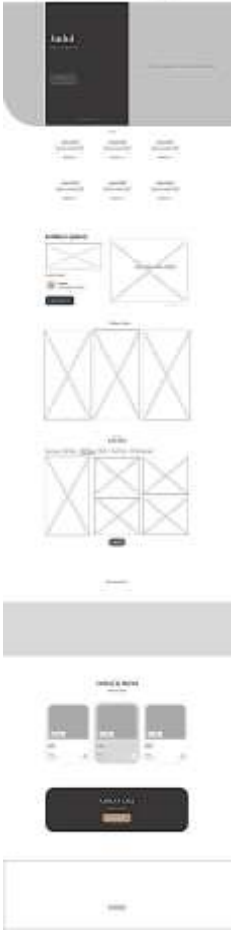
- a. Redesain tema *website* mencakup penggunaan visual yang menarik, penggunaan warna yang lebih mewakili KWKC, penggunaan *font* yang lebih jelas, dan penataan halaman utama (*landing page*).
- b. Tampilan informasi yang lebih baik mencakup penggunaan *font* yang lebih jelas, penambahan informasi KWKC secara umum dan masing-masing UMKM di bawah KWKC secara khusus. Informasi masing-masing UMKM mencakup detail kegiatan yang dilakukan pada UMKM dan hasil karya yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.
- c. Penambahan fitur baru mencakup penambahan bagian pada halaman utama dan halaman masing-masing UMKM. Penambahan pada halaman utama termasuk artikel berita, foto kegiatan KWKC dan kegiatan UMKM, dan paket wisata. Penambahan pada halaman masing-masing UMKM mencakup foto kegiatan UMKM, informasi produk dan hasil karya yang dihasilkan, informasi navigasi dengan peta (*map*), kritik dan saran, dan link yang menuju akun sosial media UMKM tersebut.


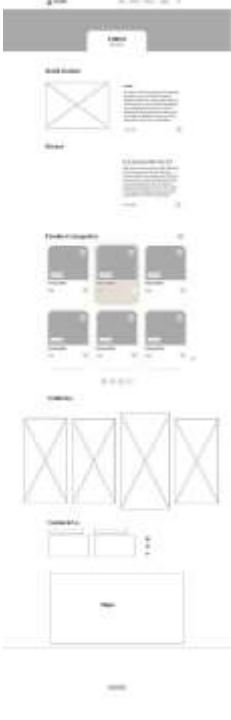
### 3.3 Design Solution

Berdasarkan *requirement* yang didapatkan dari hasil *user interview* dan kuisisioner, maka pada bagian ini dilakukan perancangan solusi *requirement* tersebut. Proses perancangan dimulai dengan pembuatan *user interface wireframe* sebagai fondasi utama dalam perancangan desain. *Wireframe* ini menjadi panduan awal yang membantu mengatur tata letak dan struktur keseluruhan dari desain *game* yang sedang direncanakan. *Wireframe* digunakan untuk visualisasi setiap elemen yang ada pada halaman *website*, dari tata letak menu dan tombol hingga aliran interaksi pengguna.


Pada tabel 1 dicantumkan *wireframe* desain *user interface website* KWKC. *Wireframe* ini disusun berdasarkan *requirement* yang tercantum pada tahap 2. Pada tabel 1, dicantumkan *wireframe* beberapa halaman. Halaman tersebut antara lain halaman *landing page*, halaman *about us*, *template* halaman UMKM, dan halaman paket wisata. Setelah menyelesaikan evaluasi langkah demi langkah (*cognitive walkthrough*), langkah berikutnya adalah menerapkan ide-ide yang diperoleh dari umpan balik pengguna dan dalam merancang desain grafis secara visual. Rancangan desain ini menggunakan data *dummy* dan data yang didapatkan langsung dari KWKC.

Tabel 1. *Wireframe* desain *user interface website* KWKC  
[Sumber: Dokumen Penulis]

| No | Jenis Interface | User Interface (UI)  | Keterangan   |
|----|-----------------|--|--|
| 1  | Landing Page    |  | <p>Halaman utama, atau <i>landing page</i>, terdiri atas <i>submenu</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi KWKC</li> <li>2. Daftar UMKM yang terdaftar di <i>website</i> resmi KWKC.</li> <li>3. Paket yang ditawarkan</li> <li>4. Kontak yang bisa dihubungi untuk pemesanan.</li> <li>5. Galeri Foto</li> <li>6. Artikel berita terkait KWKC dan UMKM yang dinaungi oleh KWKC</li> </ol> |

| No | Jenis Interface            | User Interface (UI)   | Keterangan   |
|----|----------------------------|---|--|
| 2  | <i>Page About us</i>       |   | <p>Halaman <i>About us</i>, terdiri atas submenu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Quote</i></li> <li>2. Profile KWKC</li> <li>3. 6 UMKM bagian KWKC</li> <li>4. Pihak pengelola KWKC</li> <li>5. No kontak KWKC yang dapat dihubungi</li> <li>6. Saran dan Kritik</li> </ol>                               |
| 3  | <i>Page UMKM pada KWKC</i> |  | <p>Halaman UMKM KWKC, terdiri atas submenu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profil UMKM</li> <li>2. Profil <i>Owner</i></li> <li>3. Produk yang ditampilkan beserta judul dan harganya</li> <li>4. Galeri foto yang menampilkan kegiatan UMKM</li> <li>5. Kontak dan Alamat</li> <li>6. Google Map</li> </ol> |



| No | Jenis Interface   | User Interface (UI)  | Keterangan  |
|----|-------------------|--|---|
| 4  | Page Paket wisata |  | Halaman Paket wisata, terdiri atas submenu :<br>1. Daftar paket serta nominal harga<br>2. Galeri Photo kegiatan-kegiatan setiap UMKM<br>3. Kontak yang dapat dihubungi<br>4. review |

Logo KWKC, yang tercantum dalam Gambar 5, berfungsi sebagai identitas utama dari website resmi. Logo ini tidak hanya digunakan sebagai representasi visual dari website, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran merek di antara pengguna. Warna-warna utama yang digunakan dalam permainan adalah putih pada latar (*background*), hitam, oranye, merah, hijau, dan biru. Warna-warna ini dipilih sesuai dengan skema warna dari logo KWKC. Warna-warna yang digunakan pada tema website KWKC tercantum pada gambar 5.

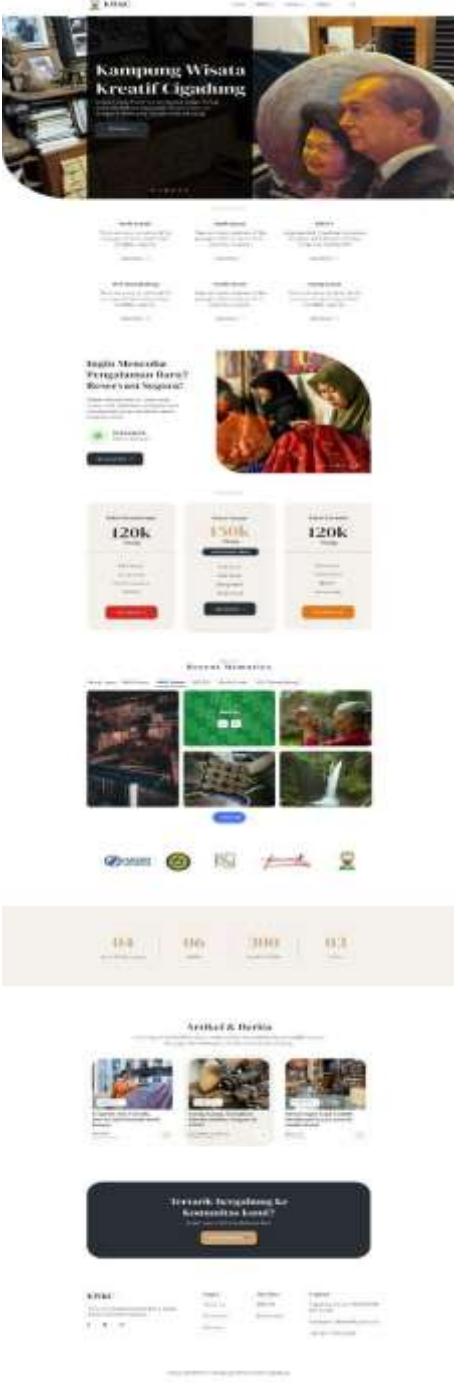


Gambar 5. (kiri) Logo KWKC dan (kanan) kode warna yang digunakan dalam website [Sumber: KWKC]

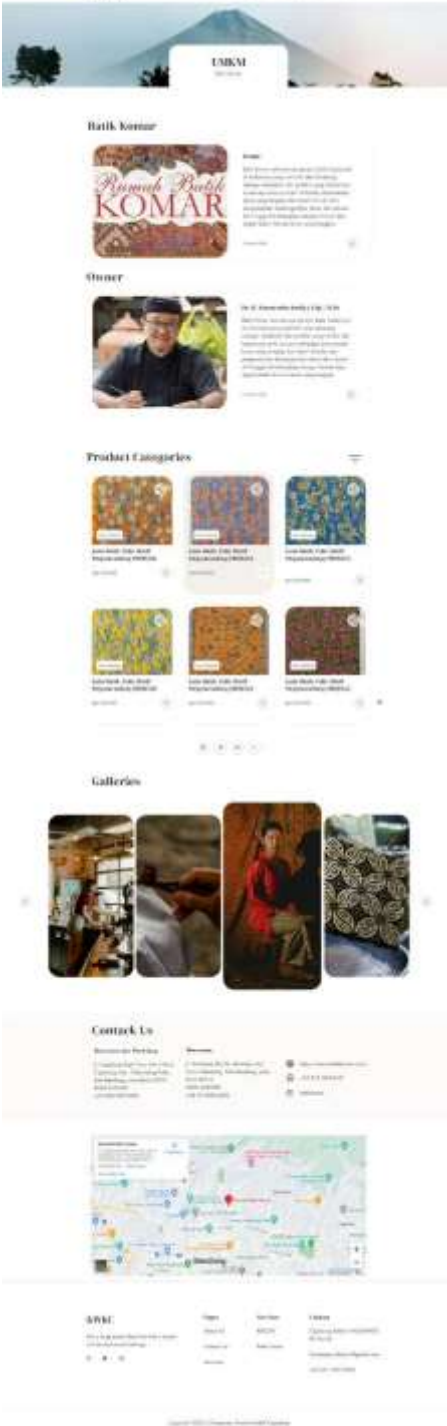
Pada tabel 2 dicantumkan desain UI baru Website KWKC. UI ini disusun berdasarkan requirement yang tercantum pada tahap 2. Pada tabel 2, dicantumkan desain beberapa halaman. Halaman tersebut antara lain halaman landing page, halaman about us, contoh halaman salah satu UMKM, dan halaman paket wisata. Hasil perancangan desain


UI ini kemudian akan dievaluasi untuk mendapatkan perbandingan antara perancangan dengan *requirement* yang telah didapatkan.

Tabel 2. Desain User Interface *Website* KWKC  
[Sumber: Dokumen Penulis]

| No | Jenis <i>Interface</i> | <i>User Interface (UI)</i>   | Keterangan   |
|----|------------------------|--|--|
| 1  | <i>landing Page</i>    |  | <p>Pada halaman <i>landing page</i> yang telah didesain, terdapat perbaikan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Font</i> diganti dengan menggunakan <i>font</i> DM serif Play dan jost</li> <li>2. Terdapat sorotan kegiatan dari setiap UMKM di KWKC.</li> <li>3. Terdapat deskripsi singkat dari UMKM yang berada di bawah KWKC. Ketika tombol tindakan di klik, pengguna akan diarahkan ke halaman masing-masing UMKM untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.</li> <li>4. Terdapat himbuan atau promosi untuk melakukan reservasi paket wisata di KWKC melalui kontak yang telah tercantum.</li> <li>5. Halaman <i>landing page</i> menampilkan prestasi dan artikel berita terbaru dari KWKC.</li> </ol> |

|          |                      |  |   |
|----------|----------------------|--|---|
| <p>2</p> | <p>Page About us</p> |  | <p>Pada halaman <i>About us</i> yang telah didesain, terdapat perbaikan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan <i>Quote</i> yang menarik dari orang yang terkenal untuk menarik perhatian pengguna dengan menambah efek estetika.</li> <li>2. Profil KWKC yang jelas dan lengkap beserta seluruh tampilan UMKM di bawah KWKC.</li> <li>3. Terdapat <i>action button</i> yang mengarahkan ke <i>page</i> masing-masing UMKM.</li> <li>4. Terdapat ikon media sosial yang terhubung pada akun media sosial UMKM terkait untuk mempermudah <i>user</i> dalam mendapatkan informasi resmi dari UMKM di bawah KWKC.</li> </ol> |
|----------|----------------------|--|---|

| No | Jenis Interface | User Interface (UI)   | Keterangan  |
|----|-----------------|---|---|
| 3  | Page UMKM       |  <p>The screenshot displays a web page for a Small and Medium Enterprise (UMKM). The layout includes a header with the 'UMKM' logo, a main banner image, and several content sections: 'Bilik Komar' with a decorative graphic, 'Owner' with a profile picture and bio, 'Produk Categories' with a grid of product images, 'Galleries' with a row of four photos, 'Contact Us' with contact details, and a map at the bottom. The footer contains the company name 'UMKM' and navigation links.</p> | <p>Pada halaman <i>about us</i> yang telah didesain, terdapat perbaikan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profil UMKM yang dapat menjelaskan keseluruhan isi UMKM</li> <li>2. <i>Profile Owner /</i> pengelola UMKM tersebut beserta deskripsinya</li> <li>3. Daftar produk yang mencakup nama produk, foto produk, harga produk.</li> <li>4. Foto kegiatan pada UMKM tersebut</li> <li>5. Kontak dan alamat UMKM.</li> <li>6. Peta yang terhubung pada <i>Google Maps</i>, yang jika diklik dapat mengarahkan <i>user</i> ke titik tujuan UMKM di KWKC tersebut.</li> </ol> |

| No | Jenis Interface   | User Interface (UI)   | Keterangan  |
|----|-------------------|---|---|
| 4  | Page Paket Wisata |  <p>The screenshot shows a travel website interface. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', 'ABOUT', 'SERVICES', 'CONTACT', and 'FAQ'. Below that, a 'Package' section features three cards with prices: '120k', '150k', and '120k'. Each card has a 'Book Now' button. Below the packages, there's a 'Paket Wisata' section with a description and a 'Book Now' button. Further down, there are four activity cards: 'Batik Korpri', 'Batik Hasan', 'Seneng Kasep', and 'Stiker Hokiid', each with a 'Book Now' button. At the bottom, there's a 'BUKUKAN HEMATIS' section with a grid of images and a 'Book Now' button. The footer contains the KWAC logo, contact information, and social media links.</p> | <p>Pada halaman paket wisata yang telah didesain, terdapat perbaikan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. menampilkan 3 paket dan ditengahnya terdapat paket premium/populer yang sering dipilih oleh konsumen</li> <li>2. menampilkan foto foto kegiatan sebelumnya</li> <li>3. nomor kontak yang bisa dihubungi oleh pengunjung untuk dapat melakukan reservasi/pemesanan.</li> </ol> |

### 3.4 Evaluation Against Requirements

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap desain *website* KWKC yang telah dikembangkan berdasarkan *requirement* yang telah dijabarkan. *Requirement* tersebut mencakup redesain tema *website*, tampilan informasi yang lebih baik, dan penambahan fitur baru. Evaluasi dilakukan dengan metode survei menggunakan form. Responden

pada evaluasi ini adalah masyarakat dengan kriteria warga Bandung, dan berusia 13-42 tahun. Responden ini diproyeksikan menjadi calon pengunjung KWKC. Responden evaluasi berjumlah 202 orang. Metode penyebaran dengan menyebarkan kuisisioner evaluasi melalui form online dan melakukan pengisian survei secara langsung. Pengumpulan hasil evaluasi diolah dan didapatkan hasil evaluasi. Hasil tersebut antara lain sebagai berikut.

a. Evaluasi redesain tema *website*

Berdasarkan hasil evaluasi redesain tema *website*, 96% responden menyetujui bahwa visual desain baru secara keseluruhan lebih menarik dibanding dengan desain sebelumnya. 97,5% responden menyetujui bahwa *landing page* yang digunakan pada desain baru lebih menarik dibandingkan dengan desain sebelumnya. 92% responden menyetujui bahwa galeri foto pada desain baru lebih menarik dan informatif. 93,6% responden menyetujui bahwa *font* yang digunakan pada desain baru lebih mudah dibaca dibanding dengan desain sebelumnya. 90,1% responden menyetujui bahwa layout yang digunakan pada desain baru lebih menarik. 93,1% responden menyetujui bahwa tema warna yang digunakan pada desain baru lebih menarik. Hasil survei ini menunjukkan bahwa desain tema *website* KWKC yang baru lebih menarik, dan desain yang dibuat telah memenuhi kebutuhan responden dari segi redesain tema *website*.

b. Evaluasi tampilan informasi yang lebih baik

Berdasarkan hasil evaluasi tampilan informasi, 93% responden menyetujui bahwa *Page* UMKM pada desain baru lebih menarik dan informatif dibandingkan dengan desain sebelumnya. Kemudian 92,6% responden menyetujui bahwa penambahan *profile owner* dan pengelola UMKM lebih informatif. 96.1% Responden setuju bahwa tampilan Produk pada *Page* UMKM yang digunakan pada desain baru lebih Informatif dan jelas. 88.7% Responden setuju bahwa Kontak dan alamat pada *Page* UMKM yang digunakan pada desain baru lebih menarik daripada desain KWKC sebelumnya. 94% Responden setuju bahwa Kontak dan alamat pada *Page* UMKM yang digunakan pada desain baru lebih informatif. Secara keseluruhan, 96% Responden setuju bahwa Informasi pada *Page* UMKM yang digunakan pada desain baru lebih jelas atau informatif dibandingkan desain *website* KWKC sebelumnya.

c. Evaluasi penambahan fitur baru

Evaluasi penambahan fitur baru dilakukan dengan membandingkan hasil survei akhir dengan fitur yang diharapkan ada oleh responden pada survei awal. Pada survei awal, terdapat fitur-fitur baru yang diharapkan oleh responden salah satunya adalah 73.8% Responden mengharapkan adanya fitur kritik dan saran pada *Website* Kampung Wisata, 70.6% responden setuju akan fitur artikel, 73,8% responden setuju akan fitur kritik saran, 79.1% responden setuju akan fitur foto galery, 75.8% responden setuju akan peta dan informasi navigasi yang jelas, 82.3% responden setuju akan fitur baru tampilan produk UMKM beserta deskripsi dan harga, 76.4% responden mengharapkan kemudahan sharing/integrasi media sosial lainnya pada *website* Kampung Wisata. Sedangkan beberapa fitur baru yang dinilai lebih baik oleh responden antara lain fitur baru galeri foto, halaman *About us*, menu Kritik dan Saran pada *About us*, serta penambahan Kontak dan Alamat pada halaman masing-masing UMKM.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei awal didapati bahwa KWKC telah memiliki *website*, tetapi terdapat tiga aspek yang perlu didesain ulang, yaitu redesain tema *website*, tampilan informasi yang lebih baik, dan penambahan fitur baru. Ketiga aspek ini menjadi fokus dalam redesain *website* KWKC. Hasil redesain kemudian dievaluasi dengan menggunakan survei. Berdasarkan hasil survei akhir, didapati bahwa 96% responden menyetujui bahwa visual desain baru secara keseluruhan lebih menarik dibanding dengan desain sebelumnya, 93% responden menyetujui bahwa *Page* UMKM pada desain baru lebih menarik dan informatif dibandingkan dengan desain sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). The Effectiveness of The *Website* And Instagram as a Means of Promotion in Community Based Tourism Area. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(4), 451–466.
- Aurelya, S., Hotiah, S., Aminah, S., Nofiani, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Strategi Promosi Menggunakan Sosial Media Untuk Mengoptimalkan Branding Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 112–117.
- DataIndonesia.id. 2023. Pengguna smartphone Indonesia terbesar keempat dunia pada 2022. [Online] URL: <https://dataIndonesia.id/telekomunikasi/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022> [Diakses pada 7 Januari 2024]
- David, J., & Rosanto, S. (2023). Analisa Penerapan Community Based Tourism Pada Desa Wisata: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Jawa Barat. *Jurnal Fusion*, 3(08), 810–823.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2023. Siaran Pers: Menparekraf: "ICREFS 2023" Jadi Pemacu Ekonomi Kreatif Indonesia. [Online] (Updated 6 Maret 2023) URL: <https://www.kememparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-icrefs-2023-jadi-pemacu-ekonomi-kreatif-indonesia> [Diakses 7 Januari 2024]
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021 . Industri Kreatif dan Digital: Kembangkan Potensi, Gerakkan Ekonomi, dan Ciptakan Lapangan Kerja. [Online] (Updated 09 Mar 2021) URL : <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2449/industri-kreatif-dan-digital-kembangkan-potensi-gerakkan-ekonomi-dan-ciptakan-lapangan-kerja> [Diakses pada 23 Maret 2024]
- Paneru, B., Paneru, B., Poudyal, R., & Shah, K. B. (2024). Exploring the Nexus of User Interface (UI) and User Experience (UX) in the Context of Emerging Trends and Customer Experience, Human Computer Interaction, Applications of Artificial Intelligence. *International Journal of Informatics, Information System and Computer Engineering*, 5(1), 102–113.
- Ridho, A. L., Dwi, D., Suwawi, J., & Riskiana, R. R. (2023). Redesigning the User Interface of a University Laboratory *Website* Using the User-Centered Design Approach. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 4(1), 378–387.

- Rosyd, M. H., & Ramadhani, R. A. (2023). Membangun Industri Kreatif Berkelanjutan: Tantangan Dan Peluang Di Era Modern. *Robbani: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Ekonomi Islam*, 2(1), 53–67.
- Rurianto, J., & Ramantoko, G. (2017). The Influence Of Display Advertising Campaign Towards Intention To Buy From Telkomsel Subscribers (Study in Display Advertising Campaign Pt. Telkomsel 2017). *The 5th International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLLO)* , 235–243.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *JKIS*, 1(1).
- Swasty, W., Putri, M. K., Koesoemadinata, M. I. P., & Gunawan, A. N. S. (2021). The effect of packaging color scheme on perceptions, product preferences, product trial, and purchase intention. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 27-39.
- Tobing, G. B. R. L., Adinata, P. V., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2023). The Impact of Sales Promotion, User Interface and User Experience Design on Shopee App Users' Repurchase Intentions. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 8(3), 90–104.
- Wijaya, A. D., Saeroji, A., Prasetyo, J. S., & Agfianto, T. (2020). Strategi Pemasaran Berbasis Website Di Kampung Wisata Baluwarti Surakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(6), 1043–1048.
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia.