

# BAB I

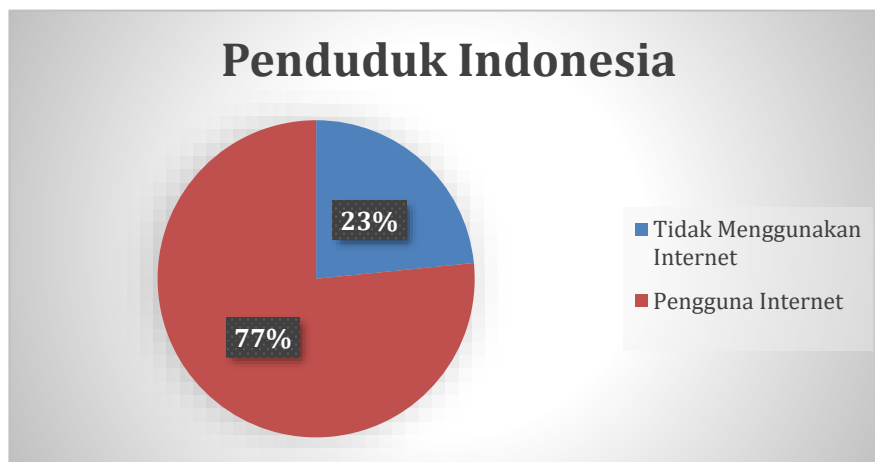
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

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. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi maka dapat mempermudah pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Salah satu perkembangan di dunia teknologi adalah internet, yang telah menjadi teknologi paling signifikan dalam sejarah manusia. Dengan tingkat pertumbuhan yang melonjak, internet telah menjadi sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti sebagai media untuk promosi dan mencari informasi. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya menyediakan berbagai hal dan banyaknya manfaat yang ditawarkan, salah satunya adalah internet dapat memberikan akses ke informasi yang dapat meningkatkan pemasaran produk dan layanan. Dengan adanya internet, masyarakat dapat mengakses dan memperoleh informasi yang diinginkan secara efektif dan efisien (Denasfi & Wahyuni, 2023).

Media promosi dan informasi juga telah menjadi lebih fleksibel dan interaktif. Dengan adanya teknologi *website* dan komputasi *cloud* dapat mengakses informasi yang relevan dengan lebih cepat dan mudah. Selain itu, berbagai *website* telah memungkinkan untuk menyediakan informasi dan layanan kepada konsumen dengan lebih cepat dan efisien. Informasi wisata dapat mudah diakses untuk mencarikan berbagai referensi bagi wisatawan untuk menemukan tujuan tertentu yang akan dikunjungi di masa modern ini serta meningkatkan citra, promosi dan potensi (Najib, 2022).

Menurut data Kemp dalam Datareportal (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta per awal tahun 2024. Jumlahnya mencapai 77% dari total penduduk Indonesia yaitu sebesar 276,4 juta. Dan sebanyak 63,51 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet per awal 2023 atau 23% dari total populasi. Dari 212,9 juta pengguna internet, 167 juta diantaranya menggunakan media sosial atau setara 60,4% dari total populasi. Analisis hasil data dari datareportal menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat 10 juta atau 5,2% dibandingkan periode yang sama tahun 2023 lalu.



**Gambar 1.1 Data Penduduk Indonesia dalam Penggunaan Internet**

(Sumber: Datareportal 2024)

Selain itu, internet juga telah memudahkan pihak pariwisata untuk mencapai audiens yang lebih luas. Pemasaran pariwisata melalui media daring menjadi sangat populer, hingga membuat pihak pariwisata kini dapat menjangkau audiens di seluruh Indonesia dengan biaya yang lebih rendah jika dibandingkan melalui media luring. Kampanye pariwisata daring juga memiliki beberapa keuntungan lain. Sebagai contoh kampanye pariwisata dapat dibuat lebih interaktif dengan menggunakan teknologi seperti teknologi website. Informasi dan promosi pariwisata yang memadai sangat penting untuk menarik wisatawan. Informasi yang lengkap dan akurat dapat membantu wisatawan untuk merencanakan perjalanannya, sedangkan promosi yang menarik dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung (Rachman & Sutopo, 2024). Ini memungkinkan wisatawan untuk melihat destinasi dengan lebih jelas sebelum mereka memutuskan untuk mengunjunginya.

Muhamad Taufiq, 2024

**PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE WEBSITE PROFIL DESA WISATA RANCAKALONG DENGAN DESIGN THINKING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada 2024 mencatat ada 6016 desa wisata diseluruh provinsi yang ada di Indonesia terdaftar pada website resmi JADESTA (Jejaring Desa Wisata). Jumlah tersebut bertambah sebesar 29% disbanding 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 1.2 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 terancum 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 intregasi *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.

Pengurus desa wisata Rancakalong menghadapi tantangan signifikan dalam pengembangan dan promosi destinasi wisata mereka. Keterbatasan dana dan kurangnya tenaga kerja terampil menjadi hambatan utama dalam upaya mereka untuk menciptakan sebuah *website* profil mandiri. Anggaran yang terbatas membuat sulit bagi pengurus desa untuk menyewa jasa profesional yang mampu mengembangkan *website*. Kurangnya promosi dalam dunia digital juga memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik desa wisata Rancakalong di mata wisatawan potensial. Oleh karena itu, pengurus Desa Wisata Rancakalong menyadari pentingnya perbaikan dalam segi promosi, terutama melalui pengembangan *website* profil desa wisata, sebagai langkah strategis untuk menarik perhatian lebih banyak pengunjung dan meningkatkan kehadiran mereka dalam dunia digital, lalu juga dalam mempertahankan klasifikasi desa wisata tersebut bahkan menaikkan klasifikasinya.

Konsep daya tarik wisata yang disuguhkan oleh desa wisata Rancakalong adalah dengan 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 dkk., 2021). 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 mulud. 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 Rancakalong juga mengembangkan wisata dengan menawarkan makanan khasnya berupa makanan ringan olahan ubi cilembu, kopi wangun sari, sampeu wedang, kripik sampeu, dan kremes serta kerajinan tangan seperti bongsang tahu, layang-layang, lukisan, dan aneka souvenir menjadi buah tangan para wisatawan yang berkunjung. Meskipun begitu, desa wisata Rancakalong masih memiliki beberapa kekurangan yaitu dari segi promosi dan informasi, khususnya promosi

melalui *website* mandiri. Sebuah sistem *website* mempermudah desa untuk mempromosikan serta memasarkan produk dan memberikan informasi *detail* produk serta harga kepada calon konsumen atau wisatawan (Azzahra, 2023).

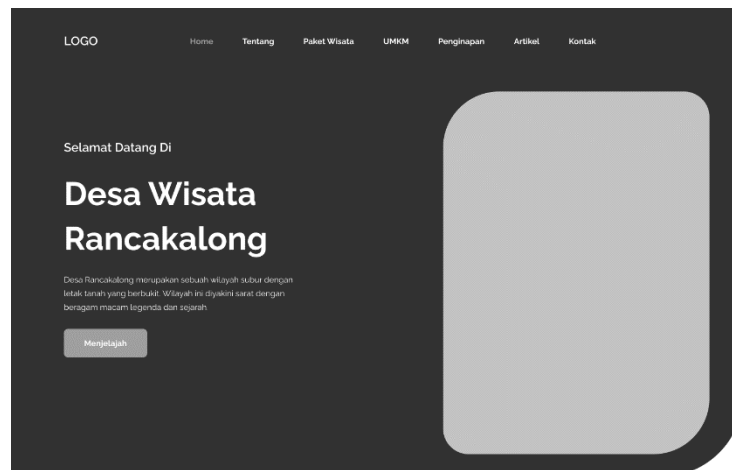
*Website* ini menjadi diunggulkan dengan adanya informasi yang disajikan secara faktual dengan jangkauan promosi yang lebih luas yang menjadikan wisatawan lokal bahkan mancanegara dapat mengetahui dan memberikan motivasi berkunjung ke kawasan ekowisata kecamatan Rancakalong. Selain itu, peneliti juga telah memastikan bahwa jaringan internet di Rancakalong sudah cukup memadai untuk menjalankan sistem *dashboard admin* sehingga sudah dipastikan bahwa sistem dapat dijalankan dengan lancar untuk mendukung penelitian ini.

Dalam pengembangan sebuah *website* tentunya terdapat aspek *user interface* dan *user experience* atau yang lebih dikenal dengan UI/UX. UI/UX memegang peran penting dalam menentukan kenyamanan pengguna dalam menggunakan *website*, perancangan sebuah *website* juga perlu dilakukan untuk digitalisasi desa wisata dan sangat berpeluang untuk meningkatkan wisatawan, dengan metode pendekatan *design thinking* yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, menghasilkan ide kreatif, mencari solusi dan menguji efektifitas dari produk yang sudah dibuat.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah melakukan persiapan salah satunya adalah dengan mengambil data pra-penelitian. Data yang didapatkan dari hasil prapenelitian terhadap 30 orang telah menghasilkan informasi tentang penggunaan *website* terhadap desa wisata Rancakalong. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 30 orang telah mengetahui desa wisata Rancakalong. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebanyak 27 orang mengetahuinya melalui teman, kerabat, ataupun keluarga dan sebanyak 3 orang lainnya mengetahuinya melalui *website*. Data yang diperoleh melalui pra penelitian ini telah menjelaskan bahwa masih sedikit orang mengetahui Desa Wisata Rancakalong melalui *website*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memutuskan untuk merancang suatu *interface website* sebagai media promosi di Kecamatan Rancakalong, yang dapat memberikan informasi secara aktual dan faktual

mengenai destinasi wisata kepada wisatawan secara luas sebagai langkah untuk mempromosikan serta melestarikan nilai – nilai budaya, sosial, dan sumber daya alam wisata, dengan itu peneliti mempunyai batasan masalah yaitu perancangan *user interface* dan *user experience* hanya sampai tahap *prototype* dan *testing* tanpa melakukan pengembangan lebih untuk *website* itu tersendiri.



**Gambar 1.3 Low Fidelity Website Profil Desa Wisata Rancakalong**  
(Dokumen Peneliti)

Perancangan pengalaman pengguna menjadi fokus utama pada website desa wisata Rancakalong hingga menghasilkan tampilan desain antarmuka (*user interface*), karena alur serta tampilan antarmuka website merupakan faktor utama dalam memudahkan penggunaan bagi 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 dkk., 2017). Pendekatan *design thinking* terdiri dari lima tahap yang harus dilakukan: empathy, define, ideate, prototype, dan testing. Penggunaan pendekatan *design thinking* ini agar *website* yang dibuat hingga dijalankan sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan terhadap calon pengguna.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prajarini (2018), yang menggunakan metode kualitatif evaluasi heuristik dengan hasil menciptakan *prototype* web profil desa wisata dan kerajinan Gamplong dengan metode desain *user experience*. Selain itu, terdapat juga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Almais dkk. (2021), yang menemukan bahwa *website* desa wisata dengan

menggunakan domain desa.id dapat meningkatkan promosi desa wisata di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang. Penelitian lainnya dilakukan oleh Riyanto & Kurniawati (2018) mengemukakan bahwa admin *website* dapat memahami dan mengetahui bagaimana mengelola *website* desanya secara praktis dan mudah digunakan. Selain itu, Nirmala & Paramitha (2020) menemukan bahwa minat kunjungan langsung dengan adanya platform yang dibuat untuk meningkatkan potensi pekerjaan sebagai *tour guide* lokal. Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tanjung, Adhinata, dan Kartiko (2022) yang menggunakan metode kuantitatif dengan hasil selama kegiatan pelatihan para peserta terlihat antusias dan semakin aktif dalam kegiatan pelatihan.

Penelitian sebelumnya menggunakan metode desain seperti *design user experience*, ataupun *user centered design* yang memiliki kekurangan buruk dalam mendefinisikan kebutuhan sistem dan komunikasi yang kurang antara pengguna dan pengembang. Sedangkan penelitian penulis yaitu menggunakan metode *design thinking* yang memiliki banyak kelebihan yaitu dengan melibatkan pengguna dalam proses pengembangan, pengembang dapat mengumpulkan umpan balik dan melakukan iterasi untuk meningkatkan solusi sebelum peluncuran.

Maka dari itu penulis memandang penting untuk membuat sebuah penelitian dengan judul: **“PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE WEBSITE PROFIL DESA WISATA RANCAKALONG DENGAN DESIGN THINKING”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas diatas, maka dapat dituliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *user interface* dan *user experience* dengan pendekatan *design thinking* pada *website* profil desa wisata Rancakalong?
2. Bagaimana menguji kualitas *website* desa wisata Rancakalong dengan menggunakan metode pengujian *System Usability Scale* (SUS) dan *Single Ease Question* (SEQ)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dapat dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Merancang *user interface dan user experience* dengan pendekatan *design thinking* pada *website* profil desa wisata Rancakalong
2. Menguji *website* desa wisata Rancakalong dengan menggunakan metode pengujian *System Usability Scale (SUS)* dan *Single Ease Question (SEQ)*

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis :
  - a. Manfaat bagi Akademik  
Penelitian ini memberikan manfaat bagi akademik yaitu sebagai referensi bagi peneliti lain, utamanya dalam bidang perancangan *interface website*, serta pemasaran dibidang pariwisata.
  - b. Manfaat bagi Peneliti  
Manfaat penelitian bagi peneliti itu sendiri yaitu dapat memperbanyak pengetahuan dan pemahaman tentang alurpembuatan media promosi berbasis *website*.
2. Manfaat Praktis :
  - a. Manfaat bagi Masyarakat Kecamatan Rancakalong  
Penelitian ini memberikan manfaat secara meluas dan merata bagi masyarakat Desa Wisata Rancakalong dengan adanya penelitian ini maka dapat dijadikan media promosi pariwisata yang ada di Kecamatan Rancakalong, sehingga meningkatkan angka wisatawan yang berkunjung serta penghasilan masyarakat lokal.
  - b. Manfaat bagi Pengguna  
Manfaat bagi pengguna secara signifikan yaitu memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Kecamatan Rancakalong.



## 1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Struktur organisasi terbagi menjadi 5 bab yaitu:

### 1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 (satu) merupakan pendahuluan dari keseluruhan isi skripsi, bab ini meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat yang digunakan dan struktur organisasi penelitian.

### 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab II (dua) akan menjelaskan tentang kajian pustaka dari desa wisata, website pariwisata, dan *design thinking*, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III (tiga) menerangkan terkait penjelasan metode penelitian yang diterapkan, yang meliputi desain penelitian, partisipan atau subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### 4. BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV (empat) akan membahas mengenai temuan dan hasil serta pembahasan dari penelitian yang telah dicapai yang mengacu pada rumusan masalah penelitian.

### 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V (lima) menerangkan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan implikasi. Penyajian rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dari hasil penelitian.