

RANCANGAN UI/UX UNTUK SINGLE LANDING PAGE MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Rudi Hartono¹, Usep Abdul Rosid², Dede Rizal Nursamsi³

¹Program Studi Teknik Informatika, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Jl. Peta No.177, Tasikmalaya

²Program Studi Sistem Informasi, Politeknik Negeri Subang

Jl. Brigjen Katamso No. 37, Kabupaten Subang

³Program Studi Sistem Informasi, Universitas Cipasung Tasikmalaya

Jl. Borolong Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya

¹rudihartono@unper.com, ²usepabdulr@polsub.ac.id, ³dederizalnursamsi@uncip.ac.id

Abstract - Nowadays by technological advancements, it should make various changes in making promotions for company or service owners. By internet, the opportunity for reach to do promotion will be wider to reach. One of them is by offering goods or services through the website page. One of website part is single landing page, which can be used as a promotional media optimization by offering special goods, services or promotions. The purpose of this research is how to design a UI / UX for a Landing Page Website. This research uses Design Thinking method, generally used in UI / UX design. It is expected that the result of this research is to design a UI / UX that can be applied as a Landing Page for promotional media. From the overall process and results carried out, it can be concluded that to design UI / UX using Design Thinking method, UI Single Landing Page for internet-based promotional media.

Keywords - Landing Page, UI/UX Design, Design Thinking.

Abstrak - Dengan kemajuan teknologi saat ini, sudah seharusnya melakukan berbagai perubahan dalam melakukan promosi bagi pemilik perusahaan atau jasa. Dengan adanya internet peluang jangkauan untuk melakukan promosi akan semakin luas untuk dijangkau. Salah satunya dengan cara menawarkan barang atau jasa melalui halaman *website*. Salah satu bagian dari *website* adalah *single landing page*, yang dapat digunakan sebagai optimasi media promosi dengan menawarkan barang, jasa atau promosi khusus. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana merancang UI/UX untuk *Single Landing Page Website*. Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* yang pada umumnya digunakan dalam rancangan UI/UX. Diharapkan hasil dari penelitian ini adalah merancang UI/UX yang dapat diterapkan sebagai *Landing Page* untuk media promosi. Dari keseluruhan proses dan hasil yang dilakukan maka dapat disimpulkan merancang UI/UX menggunakan metode *Design Thinking*, *UI Single Landing Page* untuk media promosi berbasis internet.

Kata Kunci - Landing Page, UI/UX Design, Design Thinking

I. PENDAHULUAN

Masalah pemahaman preferensi konsumen sangat penting untuk inovasi dalam berbagai tahap pengembangan produk dan pemasaran.[1] Penggunaan pamflet dan brosur yang dicetak dengan berbagai model warna dan artistik yang memuat beberapa halaman perlahan sudah tidak terlalu diperhatikan kegunaannya.[2] Munculnya internet dan teknologi baru telah berubah peran pemasaran dan praktiknya.[3] Namun untuk memperoleh, membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan kita memerlukan berbagai praktik yang mencakup pemasaran digital seperti penggunaan saluran komunikasi digital, situs web, pemasaran pada mesin pencari, iklan digital, media sosial, email, dan seluler dilakukan.[4]

Permasalahannya adalah bagaimana caranya merubah kebiasaan pemasaran secara tradisional dengan kemudian beralih kedalam bentuk digital. Salah satunya dapat menggunakan media promosi

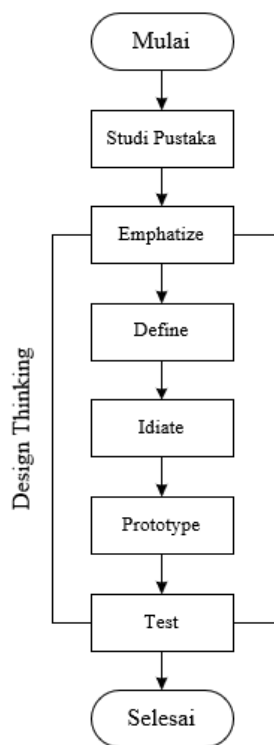
digital yaitu situs landing page. Jenis strategi pemasaran di situs web dengan bertujuan agar konsumen yang membuka website tertarik dengan produk yang akan dijual.[5] *Landing page* pada dasarnya adalah sebuah halaman *website* yang ditemui oleh pengunjung internet pada saat pertama kali seseorang ketika akan melakukan sebuah aksi penting yang diinginkan oleh pemilik *website*. [6] Pada konten *Landing Page* peneliti mencoba untuk menerapkan dalam prototipe promosi untuk penjualan barang, bagaimana pengunjung merasa tertarik dengan apa yang di sajikan dalam tampilan landing tersebut, fitur yang ditawarkan meliputi halaman web yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, atraktif dan mendorong pengguna untuk melakukan transaksi.

Dalam pembuatan rancangan UI/UX yang tidak sesuai dapat menimbulkan permasalahan.[7] Maka perlu sebuah metode dalam perancangan UI/UX yaitu Metode *Design Thinking*. [8] *Design thinking* adalah metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi.

Dari latar belakang diatas maka penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX *single landing page* sebagai media promosi berbasis *web* dengan menggunakan metode *design thinking* sebagai optimalisasi web yang sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman pengguna.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Design Thinking* dimana merupakan proses iteratif dengan beberapa tahapan untuk mengidentifikasi dan memahami pengguna, masalah pengguna, dan solusi yang memungkinkan penulis mendefinisikan masalahnya dari sudut pandang tertentu. Sehingga nantinya metode *design thinking* memungkinkan penulis untuk menghasilkan ide sebanyak mungkin dan mengembangkan solusi inovatif dengan mendemonstrasikan desain melalui pengujian dan prototipe[9].



Gambar 1. Metode Penelitian

1. *Empathize*

Pada tahap pertama ini dilakukan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengguna untuk memahami tantangan dan kebutuhan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memahami kebutuhan pengguna, apa yang memotivasi mereka, dan apa yang mereka lakukan setiap hari. Pada tahap ini pengetahuan tentang psikologi akan sangat bermanfaat, hal ini dapat dicapai dengan

melibatkan pengguna seperti melakukan wawancara.

2. *Define*

Pada tahap sebelumnya adalah tahap empati digunakan untuk mengidentifikasi masalah, dan menemukan potensi yang membuat pengguna lebih baik dengan mendefinisikan masalah berdasarkan hasil penelitian pengguna, tanpa menghilangkan sisi manusia dari produk. Maka pada tahapan ini bertujuan untuk melihat masalah yang sebenarnya untuk dipecahkan. Kemudian akan ditentukan masalah yang nantinya akan menjadi fokus dalam pengembangan prototipe desain UI/UX.

3. *Ideate*

Pada tahap ini pencarian ide akan dilakukan dengan memperhatikan asumsi dan menciptakan ide-ide inovatif. Melalui tahap ini, daftar ide yang dapat ditanggapi akan dihasilkan. Ide-ide ini akan menjadi mockup high-fidelity yang akan berkembang menjadi prototipe.

4. *Prototype*

Pada tahap ini akan dilakukan realisasi dari ide yang dipilih, di mana ide yang dipilih akan dikembangkan menjadi sebuah prototipe.

5. *Test*

Prototipe yang telah dibuat pada tahap sebelumnya akan diujicobakan oleh pengguna. Dari pengalaman pengguna dalam menggunakan prototipe, akan diperoleh masukan untuk membuat produk yang lebih baik dan melakukan perbaikan terhadap produk yang sudah ada.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dengan menggunakan metode *Design Thinking* dilakukan sesuai dengan prosedur tahapan sebagai berikut:

A. Tahap *Empathize*

Studi kasus yang di ambil adalah pengguna smartphone yang berselancar di media sosial yang terjangkau oleh promosi iklan dengan model *landing page*. Berdasar pada tahapan *empathize*, beberapa orang merasa kurang tertarik dengan promosi melalui *website* yang ditawarkan, banyak hal beberapa diantaranya adalah tampilan *web* yang kurang menarik, warna yang membosankan, *copy writing* yang berbelit, gambar yang kurang menarik, kurang konsistensi dan lainnya. Dari hasil wawancara, banyak media iklan *digital* model *landing page* yang kurang efektif untuk melakukan promosi karena hal-hal yang tidak dapat memuaskan pengalaman pengguna.

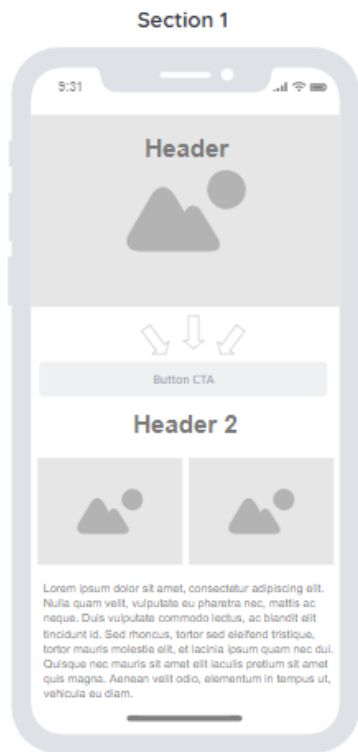
B. *Pembentukan Logika Fuzzy*

Pada tahap ini penulis mengumpulkan semua ide dari wawancara yang dilakukan dengan target pengguna sebagai pendukung dalam menciptakan *landing page* yang menarik yang dapat memenuhi

harapan pengguna dan dapat merasakan pengalaman yang menyenangkan sehingga tertarik untuk melakukan *action* pada promosi yang dilakukan.

C. Implementasi Pada Aplikasi Berbasis WEB

Pada tahap ini ide-ide yang menghasilkan solusi dari permasalahan pernyataan pengguna akan dituangkan dalam bentuk desain gambar *mockup*. Suatu pemikiran atau gagasan yang dipikirkan melalui pemikiran yang mungkin atau tidak mungkin terjadi pada suatu pertanyaan.[10] Berbagai kemungkinan digambarkan seperti penempatan objek, *button*, jenis gambar, *layout*, dll. Gambar 2 merupakan *mockup UI/UX* dari tahapan *ideate*.



Gambar 2. Section 1 Page Layout



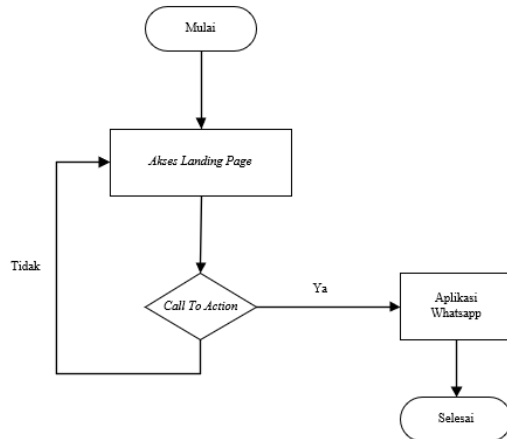
Gambar 3. Section 2 Page Layout



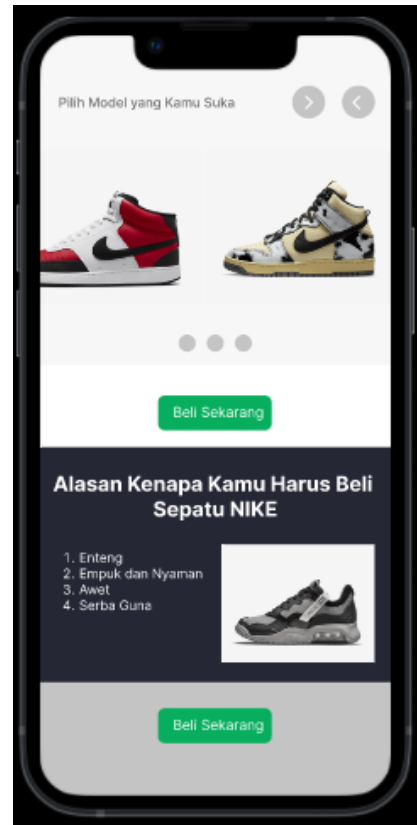
Gambar 4. Section 3 Page Layout

D. Tahap Prototype

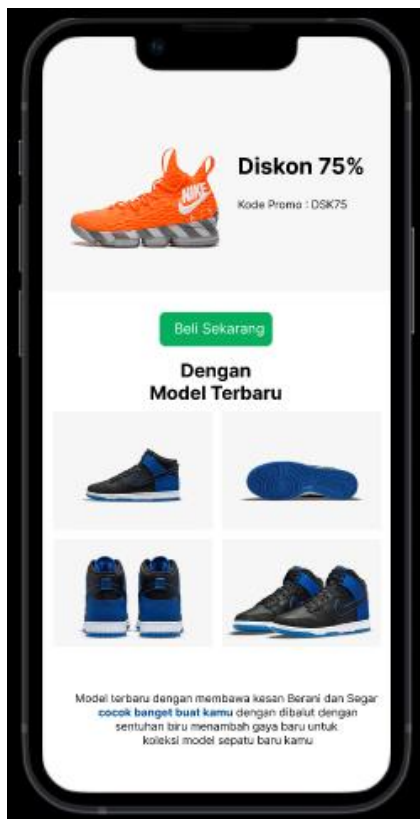
Pada tahap prototipe ini, peneliti membuat *mockup* yang dapat diklik dengan bantuan aplikasi Adobe XD, Setelah setiap halaman ditautkan, peneliti dapat menghasilkan alur pengguna yang menjelaskan alur aplikasi *web*. *Mockup* yang dapat diklik dari tahap prototipe kemudian akan masuk ketahap pengujian. Berikut hasil prototipe *single landing page*:



Pengguna yang mengakses *landing page* akan dihadapkan dengan *button* CTA (*Call to Action*) yang nantinya akan di alihkan ke Whatsapp API.



Gambar 7. Prototipe Halaman Bagian 2



Gambar 6. Prototipe Halaman Bagian 1



Gambar 8. Prototipe Halaman Bagian 3

E. Tahap Test

Pada tahap ini dilakukan test terhadap desain prototipe *UI/UX Single Landing Page* dengan menggunakan metode SUS (*System Usability Scale*). *System Usability Scale* (SUS) merupakan kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur *usability* sistem komputer menurut sudut pandang subyektif pengguna.[11] Kegunaan ini metode pengujian berupa kuisisioner yang terdiri dari 10 pernyataan. Kuesioner ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran data dengan rentang 1-5. dimana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju.

Tabel 1. Tabel Pernyataan Pengguna

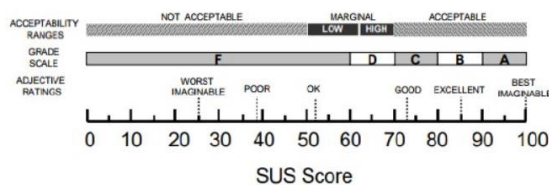
No	Pernyataan
1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi.
2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan.
3	Saya merasa sistem ini mudah digunakan.
...	...
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini.

Tabel 2. Tabel Responden

Responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10
R1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3
R4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
...
R10	2	2	4	2	4	3	3	4	4	2

Tabel 3. Tabel Skor Hasil Hitung

No	Jumlah	Nilai Jumlah * 2.5
R1	40	100
R2	38	95
R3	35	88
R4	36	90
...
R10	30	75
Hasil Akhir		88



Gambar 9. Skor SUS

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perancangan *UI/UX Single Landing Page* menggunakan metode *Design Thinking* sesuai dengan tujuan desain yang telah dibuat dapat memenuhi keinginan pengguna, melalui pengujian SUS, prototipe desain *UI/UX* menghasilkan skor 88 yang berarti memiliki tingkat efisiensi, efektifitas, dan kepuasan pengalaman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Gofman, "Consumer driven innovation in website design: Structured experimentation in landing page optimisation," *Int. J. Technol. Mark.*, vol. 6, no. 1, pp. 72–84, 2011, doi: 10.1504/IJTMKT.2011.041944.
- [2] E. Lewis, O. Chamel, M. Mohsenin, E. Ots, and E. T. White, "Site Analysis," *Sustainaspeak*, pp. 235–237, 2018, doi: 10.4324/9781315270326-168.
- [3] S. Quinton and L. Simkin, "The Digital Journey: Reflected Learnings and Emerging Challenges," *Int. J. Manag. Rev.*, vol. 19, no. 4, pp. 455–472, 2017, doi: 10.1111/ijmr.12104.
- [4] J. Setkute and S. Dibb, "'Old boys' club": Barriers to digital marketing in small B2B firms," *Ind. Mark. Manag.*, vol. 102, no. January, pp. 266–279, 2022, doi: 10.1016/j.indmarman.2022.01.022.
- [5] L. Windiarti, D. A. Waludjo, and ..., "Pengembangan Media Buku Digital Simulasi Dan Komunikasi Digital Menggunakan Landing Page," *JUPI (Jurnal ...)*, vol. 07, pp. 66–73, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.stkipppgritlungagung.ac.id/index.php/jupi/article/view/2424%0Ahttps://jurnal.stkipppgritlungagung.ac.id/index.php/jupi/article/download/2424/1125>.
- [6] A. S. Ekasmara and N. Santoso, "Pengembangan Web Portal Landing Page E-Commerce Dengan Pola Single Page Application," vol. 4, no. 8, pp. 2713–2721, 2020.
- [7] E. Susanti, E. Fatkhiyah, and E. Efendi, "Pengembangan Ui / Ux pada aplikasi M-Voting," *Simp. Nas. RAPI*, pp. 364–370, 2019.
- [8] S. Amalina, F. Wahid, V. Satriadi, F. S. Farhani, and N. Setiani, "Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking," *Semin. Nas. Apl. Teknol. Inf.*, no. Oktober, pp. 50–55, 2017.
- [9] W. S. L. Nasution and P. Nusa, "UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method," *ARRUS J. Eng. Technol.*, vol.

- 1, no. 1, pp. 18–27, 2021, doi:
10.35877/jetech532.
- [10] R. Hartono, “Penerapan Kanban Model Sebagai Metode Perancangan Sistem Informasi (Studi Kasus : Pemetaan Sekolah SMA / K / MA Kota Tasikmalaya),” vol. 8, no. 1, pp. 27–34, 2022.
- [11] I. A. H.N, P. I. Nugroho, and R. Ferdiana, “Pengujian Usability Website Menggunakan System Usability Scale,” *J. IPTEKKOM J. Ilmu Pengetah. Teknol. Inf.*, vol. 17, no. 1, p. 31, 2015, doi:
10.33164/iptekkom.17.1.2015.31-38.