

PENGEMBANGAN POTENSI DESA BINAAN DENGAN PEMBUATAN WEBSITE DAN DIGITAL MARKETING

Clemens Felix Setiyawan¹, Mohammad Shobri²

^{1,2}Universitas Multimedia Nusantara

e-Mail: clemens.felix@umn.ac.id

Abstract

Desa Keranggan merupakan salah satu wilayah yang terdapat Tangerang Selatan. Desa Keranggan menjadi salah satu desa yang memiliki kampung ekowisata keranggan dan kewirausahaan kurang lebih seratusan usaha kecil dan menengah sebagai potensi untuk masyarakat sebagai sumber penghasilan. Meskipun memiliki peluang kerja yang luas tetapi dari masyarakat dari Desa Keranggan masih terdapat beberapa hambatan seperti minimnya kemampuan untuk memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai jangkauan promosi dan penjualan produk UKM dan Ekowisata yang bisa lebih diperluas namun tidak digunakan dengan baik. Maka dari itu bentuk solusi yang diberikan yakni, sebuah media informasi dan pemasaran produk UKM agar masyarakat setempat dapat mengembangkan dan mampu beradaptasi dengan media digital untuk mengikuti perkembangan zaman. Hal ini tentu saja diharapkan dapat membuat target konsumen dari Desa Keranggan bisa lebih luas dan lebih tertarik dengan Ekowisata dan UKM sebagai potensi Desa Keranggan maka diperlukan Website Desa dan Digital Marketing yang telah dibuat didasari dari metode Design Thinking dan Human Centered Design (HCD) agar perancangannya berjalan secara sistematis. Diharapkan dari adanya Pembuatan website desa dan digital marketing dari Ekowisata dan produk UKM dapat memajukan kewirausahaan di wilayah setempat..

Keywords: *Website Desa, Digital Marketing, UKM, Desa Keranggan, Proyek Desa, Kampus Merdeka.*

PENGEMBANGAN POTENSI DESA BINAAN DENGAN PEMBUATAN WEBSITE DAN DIGITAL MARKETING

Clemens Felix Setiyawan¹, Mohammad Shobri²

^{1,2}Universitas Multimedia Nusantara

e-Mail: clemens.felix@umn.ac.id

Abstract

Desa Keranggan merupakan salah satu wilayah yang terdapat Tangerang Selatan. Desa Keranggan menjadi salah satu desa yang memiliki kampung ekowisata keranggan dan kewirausahaan kurang lebih seratusan usaha kecil dan menengah sebagai potensi untuk masyarakat sebagai sumber penghasilan. Meskipun memiliki peluang kerja yang luas tetapi dari masyarakat dari Desa Keranggan masih terdapat beberapa hambatan seperti minimnya kemampuan untuk memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai jangkauan promosi dan penjualan produk UKM dan Ekowisata yang bisa lebih diperluas namun tidak digunakan dengan baik. Maka dari itu bentuk solusi yang diberikan yakni, sebuah media informasi dan pemasaran produk UKM agar masyarakat setempat dapat mengembangkan dan mampu beradaptasi dengan media digital untuk mengikuti perkembangan zaman. Hal ini tentu saja diharapkan dapat membuat target konsumen dari Desa Keranggan bisa lebih luas dan lebih tertarik dengan Ekowisata dan UKM sebagai potensi Desa Keranggan maka diperlukan Website Desa dan Digital Marketing yang telah dibuat didasari dari metode Design Thinking dan Human Centered Design (HCD) agar perancangannya berjalan secara sistematis. Diharapkan dari adanya Pembuatan website desa dan digital marketing dari Ekowisata dan produk UKM dapat memajukan kewirausahaan di wilayah setempat..

Keywords: Website Desa, Digital Marketing, UKM, Desa Keranggan, Proyek Desa, Kampus Merdeka

PENDAHULUAN

Kurikulum merdeka belajar merupakan sebuah upaya pemulihan pembelajaran yang berbasis *soft skill* dan berpusat pada materi intisari sehingga kegiatan belajar mengajar menjadi lebih leluasa sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Bukan hanya itu, implementasi kurikulum merdeka ini membantu memaksimalkan potensi yang dimiliki pelajar melalui enam dimensi profil pelajar Pancasila. Profil pelajar Pancasila dinilai sebagai dasar kompetensi lulusan yang dapat membantu pelajar mendalami persoalan penting jangka panjang, kesehatan mental, kewirausahaan, teknologi, serta kehidupan berdemokrasi. Dengan ini, pelajar dapat melakukan aksi nyata dan kontribusi yang diberikan akan berdampak langsung pada masyarakat dan lingkungan hidup sekitarnya. Saat ini di Indonesia terdapat 73.670 desa di Indonesia. Dengan jumlah yang ada, akan sulit rasanya untuk bisa melakukan pembangunan desa secara maksimal. Pembangunan yang berencana merupakan sebuah rangkaian usaha kearah yang lebih baik. Melaksanakan pembangunan di desa sebagai implementasi dari Undang Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 72 Tahun 2005 tentang desa. Desa merupakan kesatuan masyarakat hukum dengan batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, dengan asal usul istiadat

yang diakui dan dihormati oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia. Indonesia dengan populasi mencapai 272.229.372 (2021) mayoritas berada di desa secara statistik sekitar 60-80% penduduk. Bisa dilihat bahwa potensi yang dimiliki dari desa sendiri banyak yang belum dimaksimalkan.

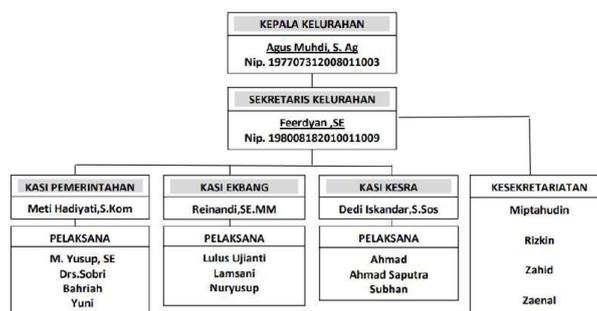
Potensi yang dimiliki seperti pertanian, tenaga kerja, serta banyaknya tenaga kerja yang tinggal di desa tersebut yang semestinya dapat membantu pembangunan desa. Pembangunan sendiri adalah suatu upaya atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana kearah yang lebih baik. pembangunan yang dilakukan seharusnya tidak hanya terletak pada kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat, namun harus lebih dari hal itu. Pembangunan desa harus bisa sampai tahapan yang *sustainable*, dimana bisa bertahan dan memberikan dampak baik dalam jangka panjang. Pembangunan wilayah pedesaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan dapat dilakukan melalui penyediaan sarana dan prasarana agar tercipta pembangunan ekonomi yang yang *sustainable* dan efektif. Maka dari itu, untuk memaksimalkan potensi dari sebuah desa dapat dibantu dengan adanya *exposure* secara online. Pilihan media yang akan digunakan adalah media website yang dimana bisa menjadi sarana promosi dan jasa untuk masyarakat desa. Terutama sekarang di zaman serba online, maka dengan satu sentuhan orang akan mendapatkan informasi yang diinginkan. Dengan adanya penyediaan informasi melalui media website, masyarakat desa dapat lebih sejahtera dengan adanya layanan public secara online serta masyarakat luas akan dengan mudah untuk mengetahui atau tertarik untuk mengunjungi desa tersebut. Keranggan merupakan salah satu desa yang terletak di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Pada tahun 1984 Desa Keranggan memisahkan diri dari Desa Kademangan Kecamatan Serpong Kabupaten Tangerang Jawa Barat yang pada saat itu belum menjadi Banten yang dipimpin oleh Kepala Desa Bapak Madhari. Setelah berubah menjadi Banten, pada awalnya Desa Keranggan termasuk ke dalam daerah Kabupaten Tangerang hingga tahun 2009 dan hingga kini Desa Keranggan termasuk ke dalam daerah Kota Tangerang Selatan. Setelah Desa Keranggan bergabung ke dalam daerah Kota Tangerang Selatan, Desa Keranggan menjadi salah satu desa dari lima desa yang berada di Kecamatan Setu. Namun, berdasarkan Peraturan Walikota (PERWALI) tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah nomor 10 Tahun 2012 status desa dari ke-lima desa tersebut berubah menjadi kelurahan dan sekarang sudah tidak lagi disebut sebagai desa. Kelurahan Keranggan merupakan daerah perbatasan yang menghubungkan antara Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang. Kelurahan Keranggan memiliki batas-batas wilayah dengan daerah lainnya yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Kademangan Kec. Setu Kota Tangerang Selatan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pabuaran Kec. Gunung Sindur Kabupaten Bogor, sebelah barat berbatasan dengan Desa Cibogo Kec. Cisauk Kabupaten Tangerang, Sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Muncul Kec. Setu Kota Tangerang Selatan. Kelurahan Keranggan memiliki jumlah penduduk sebanyak 7.344 jiwa dengan luas wilayah \pm 217 Ha. Kelurahan Keranggan memiliki visi dan misi untuk menjadikan Kelurahan Keranggan memiliki tujuan yang jelas dalam mengembangkan daerahnya. Visi-nya adalah dengan Pelayanan PRIMA terhadap masyarakat maka terwujudnya Kelurahan Keranggan yang berkembang. Sedangkan Misi-nya adalah

- 1) Meningkatkan Pelayanan terhadap masyarakat dibidang kesehatan, pendidikan dan perekonomian.

- 2) Dengan meningkatkan pelayanan PRIMA terhadap masyarakat, kedepan Kelurahan Keranggan bisa bersaing dengan Kelurahan lainnya. Kelurahan Keranggan menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata karena Desa Keranggan secara geografis dilintasi Sungai Cisadane yang memiliki nilai sejarah yaitu pada zaman dulu Sungai Cisadane sering difungsikan sebagai lintasan menuju Tangerang, baik untuk lalu lintas perdagangan ataupun

kegiatan lainnya. Sungai Cisadane ini merupakan kekayaan alam yang dimanfaatkan menjadi ekowisata karena masih alami, asri, sejuk dan hijau. Sehingga pada tahun 2015 terbentuk Ekowisata Kampung Keranggan yang dipelopori oleh Bapak Alwani dengan suatu konsep yang menarik yaitu wisata berbasis masyarakat dan dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai pencipta ide-ide kreatif sehingga menciptakan nilai jual yang baik bagi wisatawan. Masyarakat Keranggan juga mempunyai potensi dalam bidang usaha karena masyarakat Keranggan memiliki makanan khas asal daerah tersebut yaitu berupa kacang dan aneka keripik yang diproduksi oleh para petani lokal. Dalam mewujudkan kota yang sejahtera dibutuhkan visi misi yang dapat mengayomi masyarakatnya. Visi dari Kota Tangerang Selatan adalah Terwujudnya Kota Tangerang Selatan yang Mandiri, Damai dan Asri. Sedangkan, misi dari Kota Tangerang Selatan memiliki 6 poin, yaitu

1. Meningkatkan kualitas kehidupan bermasyarakat
2. Meningkatkan keharmonisan fungsi ruang kota yang berwawasan lingkungan
3. Menata sistem sarana dan prasarana dasar perkotaan
4. Meningkatkan pelayanan dasar pendidikan dan kesehatan masyarakat
5. Meningkatkan fungsi dan peran kota sebagai sentra perdagangan dan jasa
6. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih



Bagan Struktur Organisasi Kelurahan Keranggan Sumber: Monografi dan Profil Kelurahan Keranggan

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM Proyek Desa, penulis berkedudukan sebagai *Web Developer* dan *UI/UX Designer* yang dikoordinasikan oleh kampus serta pembimbing lapangan untuk melakukan perancangan website Kelurahan Keranggan. Dalam kegiatan MBKM Proyek Desa ini penulis bertanggung jawab untuk membuat desain website, menentukan gaya visual, mencari informasi untuk membuat konten website, melakukan user interview, melakukan *expert interview*, *prototyping* dan pembuatan website. Penulis melakukan koordinasi dengan pembimbing lapangan dan pihak Kelurahan Keranggan serta melakukan asistensi secara berkala hingga proyek perancangan website ini selesai.

Web Developer

Mengimplementasikan hasil desain menjadi sebuah website menggunakan elementor di Wordpress dan tugas yang dikerjakan pada bagian pembuatan Beranda, Wisata, UMKM, dan Tentang Kami. Menerapkan animasi dan merapikan layout semua halaman pada pengaplikasian dari desain menjadi website menggunakan elementor di Wordpress. Melakukan usability testing secara berkala untuk memaksimalkan website yang berjalan, memastikan website tampil responsif pada layar komputer, menyelesaikan masalah-masalah

yang ada pada saat pengaplikasian ke wordpress serta mengecek kekurangan dan kesalahan yang terdapat di dalam website.

Mentranslasikan desain yang ada menjadi sebuah website yang fungsional menggunakan Elementor pada Wordpress. Bagian yang dikerjakan meliputi basic layouting dan penempatan konten pada halaman beranda, wisata dan submenu UMKM.

Mengecek dan menyelesaikan masalah mengenai stabilitas dan kegunaan website yang telah dibuat.

Photographer

Mengambil beberapa gambar untuk kebutuhan konten di website. Menyortir foto-foto yang akan dimasukkan ke dalam website. Membuat layouting dan editing foto-foto untuk dimasukkan ke website.

Liaison officer

Menjembatani antara kelompok dengan pihak desa dari Kelurahan Keranggan dan juga pihak dari Ekowisata Keranggan seperti melakukan penjadwalan kunjungan dan penyampaian informasi.

UI/UX Designer

Mengetahui kebutuhan user, tujuan, perilaku, hingga *pain points* sehingga mendapatkan solusi dalam pembuatan website. Menciptakan website yang *user friendly*, sehingga mudah dan nyaman digunakan melalui tahap *Empathy Map* dan *Information Architecture* yang terdapat pada tahap *empathize* dalam *Design Thinking*. Bersama dengan anggota kelompok lainnya, melakukan riset dengan cara User Interview dan Expert Interview, yang kemudian menjadi data untuk konten website. Menentukan konten yang dibutuhkan melalui *Site Map*. Bersama anggota kelompok memilih dan menentukan gaya desain serta identitas yang akan dipakai. Membuat *Low Fidelity* dan *High Fidelity* untuk menu Wisata. Mengkoordinasikan alur prototype pada Web Developer

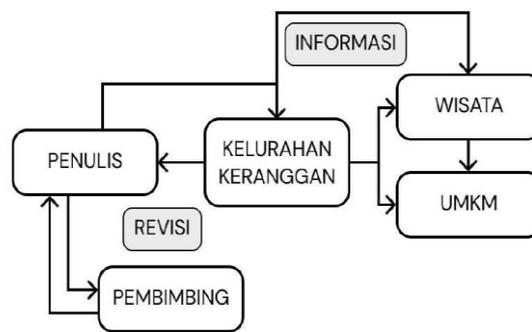
Content Writer

Melakukan *User Interview* untuk mendapatkan informasi dan insight yang akurat. Membuat *copywriting* untuk menu Wisata secara umum serta masing-masing bagian di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koordinasi Atau Alur Kerja Dalam Proyek Desa Melakukan suatu kegiatan Proyek Desa atau suatu perancangan yang bekerjasama dengan berbagai banyak pihak dibutuhkan koordinasi dalam mengerjakannya. Agar proses kegiatan Proyek Desa tersebut dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan, maka salah satu aspek yang diperhatikan adalah koordinasi dari berbagai pihak terkait.

Koordinasi selama kegiatan Proyek Desa merupakan salah satu bentuk usaha untuk mempersatukan tujuan perancangan website ini berjalan dengan lancar dengan tujuan yang sama. Berikut merupakan alur koordinasi dengan pihak yang terlibat.



Bagan Alur Koordinasi

Tugas dan Uraian dalam kegiatan kluster MBKM Proyek Desa

Emphatize

Kuesioner dan Expert Interview Bertujuan untuk mengetahui website seperti apa yang diinginkan oleh Pengurus Kelurahan, serta untuk mencari data mengenai kelebihan, kekurangan serta karakteristik apa yang dimiliki oleh Kelurahan Keranggan.

Emphatize

User Interview Bertujuan untuk mendapatkan informasi kualitatif baik dari User yang sudah ada maupun User Potensial. Informasi yang didapatkan ditujukan untuk memahami user lebih dalam.

Emphatize Problem, Goals dan Segmentation

Bertujuan untuk mengidentifikasi masalah untuk memahami karakteristik user agar kita bisa mengetahui apa yang diperlukan oleh target user sehingga bisa menjadikannya solusi.

Emphatize Expert Interview ke 2

Dilakukan untuk mengetahui sejarah dan menggali lebih lanjut mengenai potensi apa yang dimiliki oleh Kelurahan Keranggan.

Define User Persona

Karakter fiktional dengan detail perilaku, skill, dan kepribadian lainnya yang mewakili *user ideal* dari website Kelurahan Keranggan.

Define User Journey

Kumpulan langkah-langkah yang menggambarkan scenario kemungkinan cara User berinteraksi dengan website Kelurahan Keranggan.

Define User Empathy Map

Proses dalam memahami lebih luas alasan di balik kebutuhan dan keinginan dari *user*.

Ideation Sitemap

Menggambar alur website yang berisikan page, header, footer dan submenu untuk membantu pembuatan desain.

Ideation

Menentukan brand value, gaya visual dan elemen visual penunjang Proses ini untuk menciptakan tampilan pada website agar terlihat menarik dan eye-catching serta memiliki *visual identity* tersendiri.

Prototyping

Membuat Low Fidelity Tahapan awal untuk melihat tampilan kasar website dan mendemonstrasikan sistem secara umum.

Melakukan research

untuk kebutuhan konten informasi website Melakukan interview dan pengumpulan data dari narasumber yang terpercaya untuk memenuhi kebutuhan isi konten website.

Prototyping

Membuat High Fidelity Tahapan sebelum prototype dimana desainer membuat tampilan akhir website dengan semua elemen visual yang ada.

Prototyping

Membuat Prototype Desain final dengan interaktivitas lengkap untuk keperluan User Testing.

Testing User Test

User Test dilakukan untuk mencoba mengoperasikan website dan menemukan kekurangan dari website.

Testing

Rapid Prototyping Masukan user dari user test dilakukan nantinya akan diterapkan dalam website. Hasil dan pembahasan disampaikan secara jelas. Gambar dan tabel yang disertakan dalam

1. Empathize Kuesioner dan Expert Interview Proyek 1

Kuesioner diawal diberikan kepada Pak Reinandi selaku perwakilan dari Kelurahan Keranggan yang bertujuan untuk mengetahui website seperti apa yang diharapkan untuk dibuat, dari tujuannya hingga ke fitur-fitur spesifik yang akan diimplementasikan. Dari hasil kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa website yang dibutuhkan oleh Keranggan adalah website untuk pengunjung yang bertujuan untuk memperkenalkan wisata yang ada di Keranggan dari berbagai aspek dengan fitur spesifik seperti spot wisata dan maps. Dilanjutkan dengan expert interview secara daring untuk mencari data mengenai kelebihan, kekurangan serta karakteristik yang dimiliki oleh Kelurahan Keranggan. Selain itu, dari hasil kuesioner yang ada Pak Reinandi mengarahkan kita untuk tidak memfokuskan websitenya hanya ke wisata karena menganggap bahwa wisata dan UMKM itu berkesinambungan. Karena itu, Pak Reinandi juga menyarankan untuk menambahkan fitur transaksi jual beli yang bisa langsung diarahkan ke penjual.

Hasil rekapan expert interview 1 (<https://docs.google.com/document/d/1abXo39nSbByjz6aCmmwzo2Jgrm6-ATe18fwNCmQWw/edit>)

2. Empathize User Interview Proyek 2

User Interview dilakukan pada User yang telah mengunjungi Kelurahan Keranggan dan User yang belum pernah mengunjungi sehingga mendapatkan *insight* yang sebelumnya belum diketahui. Wawancara dilakukan pada 2 orang yang belum pernah berkunjung ke Kelurahan

Keranggan dan 2 orang yang sudah pernah berkunjung. Seluruh kegiatan User Interview dilakukan secara daring dan berjalan dengan lancar. Bagi yang belum pernah berkunjung, para user mengatakan bahwa User lebih tertarik untuk mengunjungi tempat wisata serta mengetahui lebih lanjut mengenai sejarah budaya. Namun user kurang tertarik untuk mengunjungi berkunjung ke Kelurahan Keranggan. Mungkin dengan adanya website desa, para user merasa dapat meningkatkan faktor keinginan untuk berkunjung.

Highlights dari keunggulan desa akan sangat menarik jika dimasukan di halaman utama website. *Insight* lain yang didapatkan yaitu, menambahkan fitur map untuk menunjukkan tempat yang di highlight akan membantu mempermudah dalam pencarian lokasi, serta user membutuhkan alur dan navigasi yang jelas (*User Flow*) agar website dapat dijalankan dengan baik. Dari hasil wawancara dengan wawancara dengan User yang sudah pernah berkunjung ke Kelurahan Keranggan, dapat disimpulkan bahwa perjalanan menuju Keranggan cukup membingungkan karena tidak ada navigasi yang jelas dari segi peta daring. Kemudian user lebih tertarik untuk mengeksplorasi pada bagian pariwisata di Keranggan. Selain tempat yang asri, "Pecak Cere" dan tempat memanah menjadi unggulan dari Keranggan. Harapan para user pada pembuatan website yakni menampilkan berbagai foto dan video di halaman utama agar menarik masyarakat secara langsung serta diberi kemudahan cara menuju ke tempatnya.

Link Dokumentasi User Interview (<https://drive.google.com/drive/folders/1Sd4em-xFiSixoLUYIOvB6HnBQaFYajLX>)

Hasil Rekap User Interview (https://docs.google.com/document/d/1at_R-nWq6ttoZwpafmQ45ACm1mkh5ToOtREu1QI0GB4/edit)

3. Empathize: Problem, Goals dan Segmentation

Dalam kegiatan MBKM Proyek Desa, penulis melakukan mengidentifikasi suatu permasalahan agar bisa menjelaskan situasi dan kondisi secara rinci yang ingin dibuat solusinya. Mengidentifikasi suatu masalah dapat mempengaruhi strategi apa kedepannya yang akan digunakan serta bisa menjabarkan apa saja yang dibutuhkan dalam membuat solusi tersebut. Setelah melakukan identifikasi terhadap permasalahan, penulis melakukan menentukan sebuah tujuan yang akan dicapai, karena tujuan ini berfungsi sebagai pengarah agar tetap focus pada tujuan yang telah direncanakan serta dapat memberikan motivasi. Selain itu, membuat segmentasi juga bertujuan untuk bisa mengetahui secara baik tingkat kebutuhan dan keinginan user melalui acuan yang sudah ditentukan sesuai dengan demografis, geografis dan psikografis user. Sehingga dalam penyampaian pesan kepada target segmentasi ini membuat lebih dimengerti dan terarah secara spesifik.

Link Problem, Goals dan

Segmentation (https://docs.google.com/document/d/1wuj_8zT3szWczfd3GuvxyHLnRhIaYjPTyWalXF29eXE/edit)

4. Emphatize Expert Interview ke 2

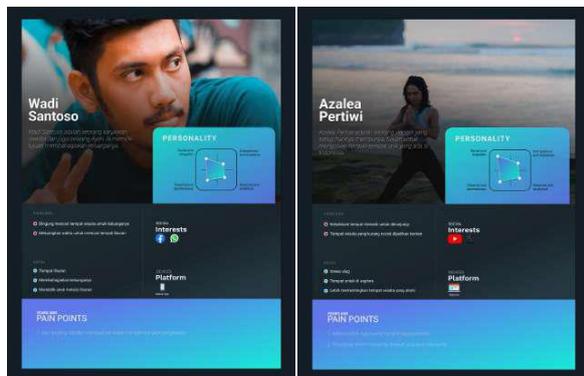
Expert Interview dilakukan kembali dengan Pak Reinandi selaku perwakilan dari Kelurahan Keranggan yang bertujuan untuk mengetahui sejarah berdirinya, perilaku masyarakatnya dan juga detail mendalam mengenai Keranggan seperti potensi, jumlah penduduk dan juga batas wilayahnya. Melalui interview ini kita mendapatkan informasi mengenai bagaimana Keranggan terbentuk dari yang masih bernama desa hingga menjadi Kelurahan di bawah Tangerang Selatan. Di interview ini juga kita mendapatkan informasi bahwa sering dilakukan kerjasama dengan pihak ketiga seperti Telkom dan universitas lain untuk membantu membangun Keranggan.

Pertanyaan Expert Interview 2 (https://docs.google.com/document/d/1i4LIQqSZdGGGWwMEKxfjBuMcHbFIKguw-M0_nCaNcc/edit)

Video Expert Interview 2 (<https://drive.google.com/file/d/1CzKcCwWf7bElu8nXwBZXzKPisscGETT/view>)

5. Define User Persona

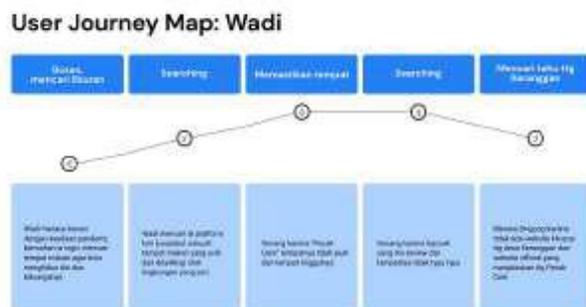
User persona merupakan karakter yang dibuat lengkap dengan skill, kepribadian, hingga hobi secara mendetail. Hal ini dilakukan dengan tujuan menciptakan profil yang semirip mungkin dengan target audiens yang dituju. Selain itu, tahap ini juga bertujuan untuk terciptanya solusi desain menyerupai apa yang user butuhkan. User persona yang termasuk dalam proses *design thinking* berada pada tahap *define*, merupakan tahap pencarian ekspektasi, kebutuhan user, hingga solusi terbaiknya. Jika sebuah website diciptakan untuk user, maka fitur-fitur yang dibutuhkan dapat digambarkan pada user persona. User Persona yang dibuat memiliki pengalaman yang sebelumnya sudah pernah berkunjung ke kelurahan keranggan dan belum pernah berkunjung, sesuai dengan User Interview yang dilakukan pada tahap kedua.



User Persona

6. Define: User Journey

Setelah pembuatan User Persona, dibuatlah User Journey. User Journey merupakan kumpulan langkah-langkah yang menggambarkan skenario kemungkinan cara User berinteraksi dengan website Kelurahan Keranggan. Pada tahap ini, User yang dimaksud merupakan profil yang berasal dari User Persona. User Journey dapat mengetahui interaksi saat ini dan peluang dari interaksi yang ada. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa mudah atau sulit website Kelurahan Keranggan serta solusi apa yang bisa ditemukan dari peluang yang ada. Selain itu, User Journey juga bisa dapat membantu dalam mengetahui kekurangan dan kelebihan dari website, hal ini dimanfaatkan desainer untuk mempertimbangkan penambahan fitur dari kacamata user. Hal ini dapat diketahui dari kedua User Persona yang telah dibuat.

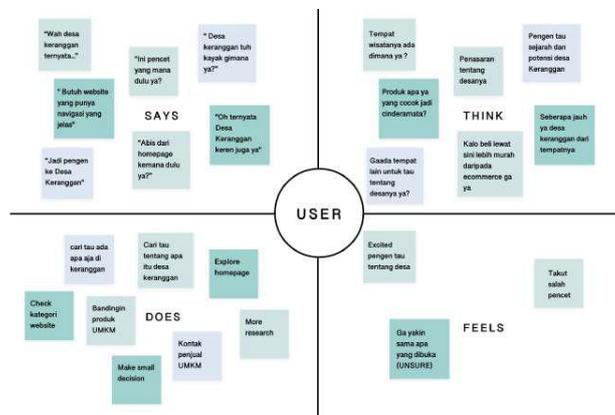




User journey

7. Define User Empathy Map

Agar website yang dibuat lebih fokus pada user, maka anggota kelompok membuat User Empathy Map dimana hal ini dilakukan dengan tujuan memahami alasan dibalik kebutuhan dan keinginan dari User. Setelah proses Emphatize dan juga pembuatan User Persona dan User Journey, penulis baru dapat menentukan User Empathy Map. User Empathy Map berisikan apa yang dipikirkan, dikatakan, dilakukan dan dirasakan oleh user.



Empathy map

8. Ideation Sitemap

Sitemap dibuat sebagai gambar awalan yang menjelaskan apa tujuan situs sebelum mulai merancang dan membuat konten yang nantinya akan dibuat menjadi sebuah website. Dengan adanya sitemap kita dapat menentukan bagian mana yang sekiranya kurang dan tidak relevan yang nantinya akan lebih mudah untuk menambahkan atau menghapus bagian tersebut sebelum menjadi bagian integral website.



Sitemap

9. Ideation Menentukan brand value, gaya visual dan elemen visual penunjang

Proses *ideation* merupakan suatu proses yang tidak dapat ditinggalkan dalam sebuah perancangan website. Dalam proses ideation ini penulis telah menentukan apa saja yang menjadi acuan, yaitu menentukan brand value, gaya visual dan elemen visual untuk menghasilkan, mengembangkan serta mengkomunikasikan ide-ide visual. Pada tahap ini penulis memikirkan ide dan melakukan brainstorming serta menerapkan ke dalam konsep *mind mapping visual* dengan menentukan beberapa elemen desain yaitu *visual identity* seperti *brand value*, *tone of voice*, *color palette*, *typography*, *icon style*, *visual assets*, *layouting*, serta *moodboard visual*.

Link Visual Identity (https://drive.google.com/drive/folders/1tzOgyNI0VWoe4egCGChizS0nALyuNR_1)

10. Prototyping Membuat Low Fidelity

Low Fidelity merupakan tahapan awal untuk melihat tampilan kasar website. Pada tahap ini penulis mendemonstrasikan sistem secara umum agar terlihat bagaimana gambaran navigasi, letak foto, tulisan serta tombol-tombol yang akan dipakai. Tahap ini juga membantu desainer untuk menuangkan ide-ide yang dipikirkan sebelum memikirkan masalah teknis. Selain itu, keunggulan Low Fidelity adalah dapat melakukan perbaikan konten dalam waktu yang singkat karena masih gambaran kasar. Namun saat penulis menampilkan Low Fidelity, pihak Kelurahan kurang bisa memahami karena tidak bisa membayangkan bentuk website jika masih gambaran kasar. Maka dari itu, penulis langsung bergegas memindahkan Low Fidelity menjadi High Fidelity.

Link Low Fidelity (<https://drive.google.com/drive/folders/1f6NGRXREkLeL7n9Cw-RMsCyP4cxeEVIH>)

11. Melakukan research untuk kebutuhan konten informasi website

Dalam upaya memenuhi informasi website, penulis melakukan kunjungan ke Kelurahan Keranggan sebanyak 4 kali. Pada kunjungan pertama Serafina, Aegicerias dan Revanza bersama kelompok fotografi dan story telling melakukan interview dengan Pak Reinaldi selaku Kasi Ekonomi dan Pembangunan Kelurahan Keranggan. Disana kami dibagi jadi 4 kelompok dan melakukan interview ke sumber terkait seperti UMKM kacang sangrai, ibu supiah dan lainnya. Kunjungan kedua, Serafina, Aegicerias dan Revanza pergi mengunjungi ekowisata Keranggan untuk berdiskusi dengan bapak alwani selaku pengelola dari ekowisata. Kunjungan ketiga, seluruh anggota kelompok melakukan *research* dengan Ibu Rina selaku Kasi Ekonomi dan Pembangunan Kelurahan

Keranggan yang baru. Dalam pertemuan penulis melakukan asistensi website dan mendapatkan banyak masukan seperti penambahan konten “wisata religi”, pada saat pertemuan juga ada Pak Feerdyan selaku Sekretaris Kelurahan Keranggan. Terakhir, seluruh anggota kelompok beserta kelompok Kelurahan Keranggan lainnya melakukan kunjungan 2 hari 1 malam untuk mengumpulkan informasi dan juga aset foto yang dibutuhkan untuk Website Kelurahan Keranggan.

12. Prototyping Membuat High Fidelity

High Fidelity merupakan proses penyempurnaan low fidelity dengan elemen grafis dan juga isi konten yang telah diperoleh dari research. Disini layout, warna, ukuran, jarak dan bentuk elemennya juga sudah dibuat dengan tingkat presisi dan akurasi yang detail. Pembuatan *High Fidelity* dilakukan oleh *UI/UX designer* dimana *designer* akan memasukkan gambar, tulisan, warna, elemen visual dan melakukan penyesuaian pada *Low Fidelity* yang sebelumnya dibuat.

Hasil High Fidelity (https://drive.google.com/drive/folders/1zMLRtHij1R17owsGFyD_G40tFDC9ITiu)

13. Prototyping Membuat prototype

Prototype merupakan demo interaktif dan fungsional untuk situs web yang dibuat. Prototype ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa umpan balik dari para pemangku kepentingan proyek di siklus hidup proyek, yang nantinya dilanjutkan dengan beberapa revisi sebelum proyek memasuki pengembangan dan finalisasi akhir. Di tahap ini desain High Fidelity yang ada di Figma dipindahkan ke Elementor pada Wordpress dengan menambahkan unsur interaktivitas seperti mengklik, hover serta beberapa animasi tambahan agar kesan *feedback* terasa oleh user.

Link Video Prototype (<https://drive.google.com/file/d/1qRD78FvfiAek2aVN6Jo2i0j3Z6FLCvO2/view>)

14. Prototyping: User Test

Hasil dari *prototype* yang sudah dimasukan ke dalam wordpress butuh melewati tahapan *user test*. Dimana dalam tahapan ini target pengguna website akan mencoba mengoperasikan sendiri website yang sudah ada dan mengisi google form yang berisikan pertanyaan yang dapat dijawab dengan kritik dan saran. Pada tahap ini, penulis membuat pertanyaan yang fokus kepada elemen visual, isi konten, penempatan tombol dan interaksi website dengan pengguna. Pada tahap *user test*, penulis membuat pertanyaan menggunakan google form lalu mencari responden berusia 20 - 35 tahun yang berkewarganegaraan Indonesia. Setelah itu penulis melakukan sesi wawancara via daring. pada tahapan wawancara penulis akan mengirimkan *link prototype* dan google form sambil menjelaskan cara mengisinya. Setelah mendapatkan responden sebanyak 12 orang, penulis mengolah data dan membuat poin-poin *feedback* untuk menyempurnakan *prototype* yang ada.

Pertanyaan User Testing (https://drive.google.com/drive/folders/1mp8Yg5_S2kxshNHD2uoL8Di1XsFraFJ5)

Hasil User Test (<https://docs.google.com/document/d/1YHyi1VTau3oYD2XGTCWJDnLu1DL3qyAji23EzeZMIzs/edit>)

Bukti Melakukan User Test (<https://drive.google.com/drive/folders/186ZiLBmpFre6jmH62SCcbJXa4jouzrII>)

15. Prototyping: Rapid Prototyping

Rapid Prototyping merupakan sebuah proses dimana desainer mengolah *feedback usability test* dari *user* dan melakukan perubahan pada website agar website yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan *user*. Pada *rapid prototyping* *UI/UX designer* membantu web developer melakukan penyesuaian langsung pada *prototype* yang sudah ada. Hal ini dilakukan agar bisa desain yang diterapkan di website bisa mencapai ekspektasi dari *designer* dan masukan dari user. Proses dilakukan satu per satu dari bagian beranda, tentang kami, umkm dan terakhir wisata. Ada tahapan dimana *UI/UX designer* harus

membuat revisi pada *high fidelity* agar memudahkan *web developer* untuk merealisasikan visual yang ada.

Hasil Rapid Prototype (<https://kelurahankeranggan.site/>)

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari hasil laporan kegiatan MBKM Proyek Desa, dapat disimpulkan bahwa jawaban wawancara yang diteliti menyampaikan masih banyak potensi desa yang belum diketahui dan sangat tinggi kemungkinan untuk dikembangkan. Desa yang dimaksud terletak tidak jauh dari perkotaan, yakni Kelurahan Keranggan, kelurahan yang berada di tengah kota. Selain itu publikasi yang baik akan membantu melancarkan perekonomian warga Kelurahan Keranggan, seperti dengan adanya website desa. Kedua, penulis mendapatkan pengalaman serta pengetahuan mengenai pembuatan website. Selama ini penulis hanya memiliki keterampilan dalam pembuatan *UI/UX design* atau tampilan sebuah website, kini bertambah wawasan karena telah memiliki kemampuan untuk membuat sebuah website, bukan hanya sekedar prototype. Terakhir, penulis sangat berterima kasih pada pihak desa karena dapat melakukan kerja sama dengan baik. Mulai dari awal mula kedatangan, pihak desa sudah memberikan sambutan yang hangat. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, pihak desa tetap mengayomi hingga akhir meliputi narasumber secara langsung. Kegiatan MBKM Proyek Desa ini tidak akan terwujud tanpa adanya kolaborasi yang kooperatif dengan Kelurahan Keranggan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Mengucapkan terima kasih

Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara, Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara, Alwani, S.Pd., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Koordinator MBKM Proyek Desa Tingkat Universitas., Clemens Felix S. S.Sn, M. Hum., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, Rina Septania Dwi Yogyanti, SE.,MM, sebagai Perwakilan Kelurahan Keranggan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Galitz, W. O. (2007). *The essential guide to user interface design: An introduction to gui design principles and techniques* (3rd ed.). Indianapolis: Wiley Publishing.
- Landa, R. (2011). *Graphic design solution* (5th ed.). Boston: Cengage Learning.
- OECD (2016). *Consumer protection in e-commerce: OECD recommendation*.

Paris: OECD Publishing.

Qin, Zheng. (2009). Introduction to e-commerce. Beijing: Tsinghua University.

Sherin, A. (2012). Design elements: Color fundamentals. Beverly: Rockport Publishing.

Unger, R., & Chandler, C. (2012). A project guide to ux design: For user experience designer designers in the field or in the making (2nd ed). Berkeley: New Riders.

Jurnal

Pramono, R., Juliana, & Wicaksono, E. A. (2021). PENGEMBANGAN EDUWISATA DI KAMPUNG WISATA KERANGGAN KOTA TANGERANG SELATAN. *Prosiding PKM-CSR*. DOI: <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1452>

Internet

JADESTA Kemenparekraf. (2021). *Desa wisata keranggan: 300 besar adwi 2021*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/18488>

Kampung Wisata Keranggan. (2022). *Sejarah Home Industry Kampung Wisata Keranggan*. <https://www.keranggan.com/sejarah>

Kemendikbud Republik Indonesia. (2020, January 31). *Mendikbud: Proyek membangun desa jadi sarana penguatan karakter mahasiswa*. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/01/mendikbud-proyek-membangun-desa-jadi-sarana-penguatan-karakter-mahasiswa>

KAMPUNG WISATA KERANGGAN

Kota Tangerang Selatan Propinsi Banten. (2020). Pokdarwis Keranggan.

Monografi dan Profil Kelurahan Keranggan. (2020). Kantor Kelurahan Keranggan. <https://kecsetu.tangerangselatankota.go.id/main/content/index/189/53>

PERATURAN WALIKOTA TANGERANG SELATAN NOMOR 17 TAHUN

2013. (2013). PEMERINTAH KOTA TANGERANG SELATAN. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/49210>

Kurikulum Merdeka. (t.t). *Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan*. Diambil 4 Maret 2022, dari <https://kurikulum.kemdikbud.go.id/kurikulum-merdeka/>

Apa Itu Sitemap? Fungsi dan Cara Membuatnya. (2020, Maret 4). *Media Pengembangan Web & App | by APPKEY*. <https://appkey.id/pembuatan-website/teknologi-web/apa-itu-sitemap/>