

DESAIN ANTARMUKA WEBSITE PEMASARAN MENGGUNAKAN *DESIGN THINKING*

Najwa Fadiyah Nasution¹, Tri Rahmadani Nasution², Yai Naulia Silalahi^{3*}, Rahmad Syuhada⁴

Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20353; Telp & Fax: (+6261) 6615683

Received: 2 Januari 2025

Accepted: 14 Januari 2025

Published: 20 Januari 2025

Keywords:

UI Design;

Marketing Website;

Design Thinking;

PDAM Tirtanadi's

Wastewater Marketing Branch.

Correspondent Email:

yayinauliasilalahi@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka website pemasaran pada PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah Kota Medan, dengan fokus pada peningkatan promosi layanan pengelolaan air limbah. Pentingnya topik ini didorong oleh kurangnya pemahaman masyarakat tentang layanan tersebut menyebabkan rendahnya minat dan kesadaran masyarakat terhadap layanan PDAM Tirtanadi. Desain antarmuka ini menggunakan pendekatan *Design Thinking*, pendekatan ini melibatkan analisis kebutuhan pengguna, perancangan antarmuka fungsional dan estetis, serta *prototyping* menggunakan Figma. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa desain antarmuka berkualitas baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta efektivitas promosi, hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat citra PDAM Tirtanadi sebagai penyedia layanan profesional. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan website pemasaran, tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah diakses oleh pengguna. Dengan demikian, penerapan desain secara tepat dapat mengoptimalkan proses promosi pada PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah.

Abstract. This research aims to design the interface of a marketing website for PDAM Tirtanadi's Wastewater Marketing Branch in Medan, with a focus on enhancing the promotion of wastewater management services. The importance of this topic arises from the lack of public understanding about these services, leading to low interest and awareness of PDAM Tirtanadi's offerings. The research method used is the Design Thinking approach, which involves user needs analysis, the design of a functional and aesthetic interface, and prototyping using Figma. The results of this study show that a well-designed interface can improve user experience and promotional effectiveness, which is expected to increase the number of customers and strengthen PDAM Tirtanadi's image as a professional service provider. This research is also expected to contribute to the development of a marketing website that is not only informative but also engaging and easily accessible to users. Therefore, the implementation of appropriate design can optimize the promotional process at PDAM Tirtanadi's Wastewater Marketing Branch.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, digitalisasi telah menjadi elemen penting dalam transformasi berbagai sektor. Digitalisasi secara umum dapat didefinisikan sebagai proses transformasi atau peningkatan

proses bisnis melalui penerapan teknologi dan data digital. Tujuan utama dari digitalisasi adalah menciptakan proses bisnis yang lebih efisien, produktif, dan menguntungkan[1].

Digitalisasi juga membuka peluang untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi

biaya, dan memperbaiki kualitas layanan. Namun, penerapan konsep ini tidak terlepas dari tantangan, seperti kebutuhan akan teknologi yang lebih baik, adaptasi pengguna, serta perhatian terhadap keamanan dan privasi data[2].

Pemasaran digital menjadi salah satu aspek yang semakin berkembang dalam era digitalisasi. Pemasaran online memungkinkan perusahaan untuk menjangkau calon pelanggan, menawarkan produk atau jasa, serta melakukan aktivitas penjualan dan promosi melalui internet. Hal ini didukung oleh penggunaan perangkat elektronik yang terhubung dengan jaringan internet[3]. Dalam konteks pemasaran, strategi yang tepat harus diterapkan sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar agar produk dapat diterima oleh konsumen. Strategi ini mencakup berbagai metode pemasaran seperti *direct selling*, *earned media*, dan *internet marketing*[4].

Website, sebagai salah satu media pemasaran, berperan penting dalam penyebaran informasi dan promosi. Dibandingkan media tradisional seperti iklan cetak atau elektronik, pemasaran melalui website lebih efektif dari segi biaya dan memungkinkan interaksi yang lebih baik antara pemasar dan konsumen. Melalui website, perusahaan dapat menyampaikan informasi, mempromosikan produk, dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan[5].

PDAM Tirtanadi merupakan perusahaan yang memiliki sejarah panjang dalam menyediakan layanan air bersih dan pengelolaan air limbah di Kota Medan. Perusahaan ini didirikan oleh Pemerintah Kolonial Belanda pada tahun 1905 dengan nama NV Waterleiding Maatschappij Ajer Beresih, dan kemudian berubah status menjadi PDAM Tirtanadi pada tahun 1979. Sejak tahun 1991, PDAM Tirtanadi juga ditunjuk sebagai operator sistem pengelolaan air limbah di Kota Medan[6].

Cabang Pemasaran Air Limbah PDAM Tirtanadi didirikan pada tanggal 27 Maret 2015 berdasarkan Keputusan Direksi Nomor: 32/KPTS/2015 dan berlokasi di Jl. Petani No. 1 Medan. Struktur organisasi cabang ini mencakup beberapa bagian, seperti Bagian Umum & Sistem Manajemen, Bagian

Pemasaran dan Hubungan Langganan, Bagian Keuangan, Bagian Jaringan, serta Bagian Pengawasan Aset Gambar Teknik.

Salah satu permasalahan yang dihadapi Cabang Pemasaran Air Limbah adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang layanan yang mereka sediakan. Banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa PDAM Tirtanadi juga menawarkan layanan pengelolaan air limbah yang penting untuk mendukung kebersihan dan kesehatan lingkungan. Oleh karena itu, cabang ini membutuhkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa digitalisasi dalam dunia kerja, seperti penerapan aplikasi digital, dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja karyawan. Aplikasi digital memungkinkan karyawan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam mencapai tujuan perusahaan, sehingga menjadi solusi strategis dalam menghadapi persaingan di era reformasi[7].

Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini berfokus pada Perancangan Desain Antarmuka Website Pemasaran untuk Meningkatkan Promosi PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah Kota Medan. Melalui website ini, diharapkan informasi mengenai layanan pengelolaan air limbah dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada masyarakat. Selain itu, website ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan yang profesional dan terpercaya.

Desain antarmuka website yang dirancang tidak hanya akan menonjolkan aspek estetika, tetapi juga fungsionalitas. Pemahaman terhadap kebutuhan pengguna menjadi langkah awal yang krusial dalam pengembangan antarmuka pengguna. Hal ini mencakup identifikasi tujuan pengguna, cara mereka berinteraksi dengan aplikasi, serta analisis kebutuhan mereka[8]. Untuk mendukung proses ini, metode pendekatan Design Thinking diterapkan sebagai kerangka kerja yang memadukan ide-ide kreatif guna menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna[9].

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang terintegrasi dengan baik dapat meningkatkan efektivitas keseluruhan dan kepuasan pengguna dalam komunikasi visual. Hal ini menggarisbawahi pentingnya perancangan UI/UX yang tidak hanya estetik tetapi juga fungsional untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif[10].

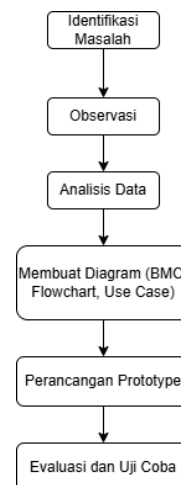
Dalam mendesain antarmuka pengguna (UI) website ini, penulis menggunakan Figma. Figma merupakan salah satu platform berbasis web yang banyak digunakan untuk desain prototipe antarmuka. Keunggulan utama Figma adalah kemampuannya mendukung kolaborasi secara real-time, memungkinkan beberapa pengguna untuk membuka dan mengedit proyek desain secara bersamaan. Hal ini memudahkan tim dalam berbagi ide dan bekerja sama dalam menyempurnakan desain antarmuka[11]. Dengan ini, diharapkan hasil desain antarmuka dapat memberikan pengalaman pengguna yang nyaman, meningkatkan efektivitas promosi, serta menarik minat masyarakat terhadap layanan pengelolaan air limbah.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* dan bersifat deskriptif. *Design thinking* merupakan sebuah metode pendekatan kreatif dan iteratif yang menawarkan solusi dalam memecahkan sebuah masalah. Pendekatan *design thinking* memiliki 5 tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*[12]. *Empathize*, merupakan fase yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah. *Define* merupakan fase mendefinisikan masalah atau analisis masalah. *Ideate* adalah fase yang digunakan untuk mendefinisikan ide-ide yang telah dihasilkan saat melakukan analisis data. Pada tahap ini peneliti menggunakan logika secara kreatif untuk menggambarkan desain untuk mengatasi masalah. *Prototype* merupakan fase membuat *prototype* dari ide inovasi hingga produk terwujud. *Testing* merupakan fase pengujian dan evaluasi terhadap *prototype* yang sudah dirancang[13].

2.2. Tahapan Penelitian



Gambar 1. Diagram Penelitian

2.2.1. Identifikasi Masalah

Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah. Saat ini perusahaan menghadapi kendala dalam mempromosikan layanan serta produknya. Informasi terkait layanan Pemasaran Air Limbah masih terbatas pada media cetak dan social media yang kurang interaktif.

Selain itu, informasi terkait layanan juga sering sekali sulit diakses secara online, sehingga pelanggan kesulitan mendapatkan detail layanan atau produk yang mereka butuhkan. Hal ini menunjukkan perlunya solusi berupa platform digital yang menginformasikan terkait layanan atau rekomendasi yang dapat mendukung promosi dan mempermudah interaksi dengan pelanggan.

2.2.2. Observasi

Observasi dilakukan selama melakukan kerja praktik di PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah dengan focus pada analisis proses promosi dan interaksi pelanggan. Pengamatan menunjukkan bahwa informasi layanan pemasaran air limbah masih kurang optimal. Interaksi dengan pelanggan juga masih kurang optimal karena informasi baik dari perusahaan atau keluhan dari pelanggan masih dilakukan secara manual atau hanya mengandalkan call center.

2.2.3. Analisis Data

Berdasarkan hasil observasi, terdapat beberapa poin penting terkait pemasaran layanan air limbah PDAM Tirtanadi.

1. Pertama, sistem promosi saat ini lemah karena informasi layanan tidak

tersampaikan secara lengkap, media promosi terbatas dan tidak ada platform digital interaktif.

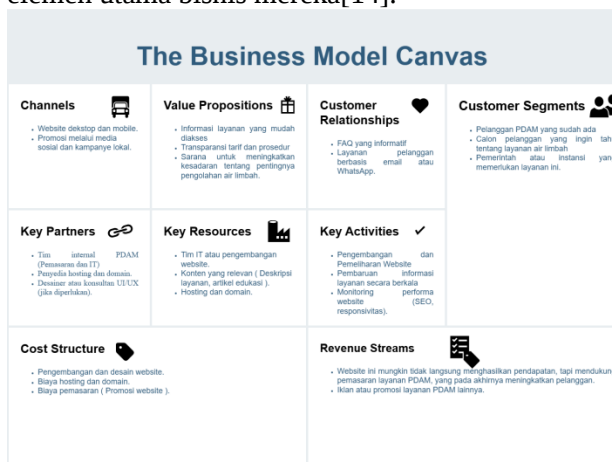
- Kedua, interaksi pelanggan masih manual dan lambat, tanpa akses langsung ke informasi terkini atau kemampuan untuk merespons secara instan.
- Ketiga, ada peluang untuk mengembangkan sistem digital, seperti situs web interaktif, untuk meningkatkan promosi dan keterlibatan.

Pelanggan memerlukan akses mudah ke informasi layanan, biaya, dan kontak langsung dengan perusahaan. Desain situs web harus sederhana dan responsif. Hasil analisis menunjukkan bahwa desain situs web yang ramah pengguna dapat mengatasi hambatan dan meningkatkan kualitas interaksi antara bisnis dan pelanggan.

2.2.4. Pembuatan Diagram

a. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang digunakan dalam manajemen strategis dan pengembangan bisnis yang efektif. BMC berfungsi sebagai model untuk membantu merancang model bisnis baru atau mendokumentasikan model bisnis yang ada. Dengan menggunakan BMC, perusahaan dapat secara sistematis menggambarkan elemen-elemen utama bisnis mereka[14].



Gambar 2. Business Model Canvas

Pada *customer segment*, menunjukkan bahwa PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah memiliki target *customer* untuk website yang dirancang, yaitu pelanggan PDAM yang sudah ada, calon pelanggan yang ingin tahu tentang layanan air limbah, serta

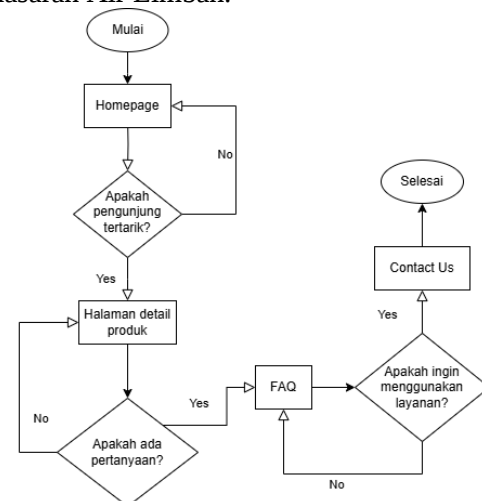
pemerintah dan instansi yang memerlukan layanan ini.

Website pemasaran yang dirancang ini memiliki hubungan konsumen melalui FAQ yang informative dan layanan pelanggan berbasis email atau WhatsApp. Kemudian website dibangun juga mementingkan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan informasi layanan yang mudah diakses, transparansi tarif dan prosedur, serta sarana untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengolahan air limbah.

Untuk mendapatkan pelanggan, PDAM Tirtanadi perlu menggunakan website yang responsif serta promosi melalui media social dan kampanye lokal. Selain itu, Tirtanadi juga memerlukan mitra kerja sama yaitu dengan tim internal PDAM (Pemasaran dan IT), penyedia *hosting* dan *domain* serta desainer atau konsultan UI/UX untuk menghasilkan website yang baik.

b. Flowchart

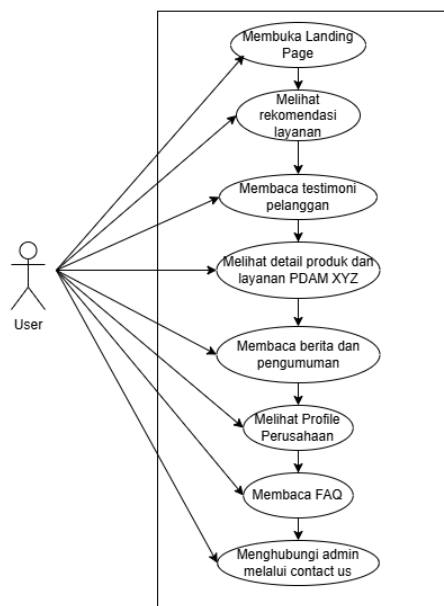
Flowchart atau diagram alur adalah penggambaran secara grafik langkah-langkah atau urutan prosedur dari suatu program[15]. Berikut ini *flowchart* dari rancangan website pemasaran PDAM Tirtanadi Cabang Pemasaran Air Limbah.



Gambar 3. Flowchart Website

c. Use Case Diagram

Use Case Diagram ialah diagram yang digunakan untuk menjelaskan manfaat system dari sudut pandang orang yang berada di luar sistem yang disebut *actor*[16]. Berikut ini adalah *use case diagram* dari sudut pandang pengguna.



Gambar 4. Use Case Diagram

2.2.5. Perancangan Prototype

Perancangan *prototype* merupakan proses merancang model awal sebuah sistem, aplikasi maupun produk dengan memvisualisasikan ide serta fungsionalnya sebelum versi final dikembangkan[17]. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *tools* bernama Figma untuk membuat *prototype* website pemasaran.

Figma merupakan salah satu platform berbasis web yang banyak digunakan untuk desain *prototype* antarmuka. Keunggulan utama Figma adalah kemampuannya mendukung kolaborasi secara real-time, memungkinkan beberapa pengguna untuk membuka dan mengedit proyek desain secara bersamaan[11].

2.2.6. Evaluasi dan Uji Coba

Evaluasi dan uji coba merupakan langkah penting dalam desain antarmuka untuk memastikan bahwa solusi memenuhi persyaratan pengguna. Setelah desain selesai, desain tersebut diuji kepada pengguna untuk mengevaluasi fungsionalitas dan kegunaannya. Tim desain mengumpulkan umpan balik melalui pengamatan, wawancara, atau survei untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Pengujian juga memastikan bahwa semua fungsionalitas dan elemen interaktif berfungsi dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Perancangan Prototype

Prototype antarmuka situs web pemasaran yang dirancang untuk PDAM Tirtanadi

Cabang Air Limbah dimaksudkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi layanan digital. Desain ini menggunakan prinsip-prinsip desain yang berpusat pada pengguna dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan dalam hal navigasi, estetika, dan fungsionalitas.

Pada awalnya, dilakukan analisis kebutuhan pengguna yang menghasilkan beberapa komponen utama dari desain, termasuk: *Halaman Landing Page*, *Halaman Galeri*, *Halaman Profil*, *Halaman Berita & Informasi*, *Halaman Pengumuman*, dan *Halaman Contact Us*.

Prototype dibuat dengan menggunakan alat desain seperti Figma dan menerapkan sistem desain untuk menjaga konsistensi visual.

Berikut adalah warna yang digunakan dalam desain *prototype* :

Warna	Kode	Penjelasan
	#FFFFFF	Digunakan sebagai warna dasar untuk memberikan kesan bersih, minimalis, dan profesional pada tampilan website.
	#0084CE	Mewakili warna identitas PDAM Tirtanadi serta melambangkan air sebagai elemen utama dalam layanan pengelolaan air limbah. Warna ini memberikan kesan tenang dan dapat dipercaya.
	#000000	Digunakan untuk beberapa teks agar meningkatkan keterbacaan dan memberikan kontras yang jelas terhadap latar belakang.

Tabel 1. Kode Warna

3.1.1. Landing Page

Berikut ini adalah deskripsi elemen yang terdapat pada gambar halaman landing page:

- Navbar Utama (Menu Bar)*: Galeri, Profil, Berita dan Informasi, Pengumuman, Hubungi Kami: Berfungsi sebagai tautan cepat untuk

- mencapai halaman-halaman penting dalam situs web.
- b. *Header (WELCOME)*: Menampilkan kalimat ucapan selamat datang beserta misi utama perusahaan mengenai pengelolaan dan pengolahan air limbah yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan berkelanjutan.
 - c. *Penawaran Menarik*: Segmen ini menyoroti layanan yang dipromosikan atau produk yang signifikan, seperti:
 - a) Diskon untuk produk biofilter rumah tangga.
 - b) Detail mengenai produk seperti Biofilter Rumah Tangga, IPAL Modular, dll.
 - c) Frasa ajakan bertindak seperti "Hubungi Sekarang".
 - d. *Testimoni Pelanggan*: Termasuk umpan balik dari pelanggan yang memberikan kredibilitas pada penawaran perusahaan. Ditampilkan dengan nama anonim dan peringkat berbintang untuk meningkatkan kepercayaan pengguna baru.
 - e. *Layanan*: Menampilkan daftar produk atau layanan yang tersedia beserta harganya, misalnya:
 - a) Biofilter Rumah Tangga (Rp 3.500.000).
 - b) IPAL Modular (Rp 4.000.000).
 - c) Tangki Septik Biokomposit (Rp 2.500.000).
 - d) Sistem Filtrasi Limbah Cair (Rp 7.000.000).
 - f. *Artikel Informasi*: Bertujuan untuk mengedukasi pengunjung tentang pengelolaan limbah dan isu-isu lingkungan.

Contoh artikel:

"Pengolahan Air Limbah yang Ramah Lingkungan."

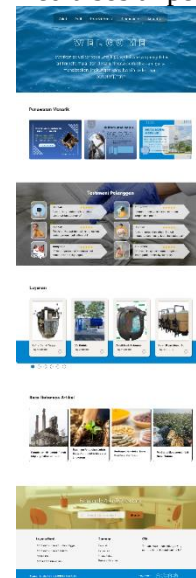
"Bagaimana Pengelolaan Sampah Penting untuk Kelestarian Lingkungan."

- g. *Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ)*: Bagian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan umum dari pengguna. Terdapat fitur pencarian

yang disediakan untuk memudahkan pengunjung menemukan jawaban.

h. *Footer*:

- a) *Layanan Kami*: Mencantumkan layanan yang tersedia, seperti pengolahan limbah rumah tangga, IPAL, dan lain-lain.
- b) *Company*: Memberikan detail tentang perusahaan, informasi kontak, kebijakan privasi, dan syarat dan ketentuan.
- c) *CTA (Ajakan Bertindak)*: Mendorong pengunjung untuk bermitra dalam membina lingkungan yang sehat dan berkelanjutan.
- d) *Media Sosial*: Ikon yang menghubungkan pengunjung ke akun media sosial perusahaan.



Gambar 5. Halaman Landing Page

3.1.2. *Galeri*

Pada bagian utama, terdapat galeri yang menampilkan gambar pipa-pipa besar di fasilitas pengolahan limbah. Selanjutnya, bagian "*Magazine*" memberikan informasi tentang pengelolaan air limbah, yang digambarkan sebagai serangkaian proses untuk memastikan bahwa limbah cair aman bagi lingkungan dan masyarakat.

Di bawahnya, terdapat bagian berjudul "*Memori Perusahaan*" yang menampilkan gambar-gambar representatif dari kegiatan atau fasilitas yang terkait dengan pengelolaan limbah.



Gambar 6. Halaman Galeri

3.1.3. Profil

Halaman profil ini menampilkan tema lingkungan dengan desain yang lugas namun informatif, di mana dominasi warna biru menciptakan penampilan yang segar dan bersih. Di bagian atas halaman, dapat menampilkan slogan perusahaan yang ditampilkan dengan jelas untuk menyampaikan tujuan organisasi.

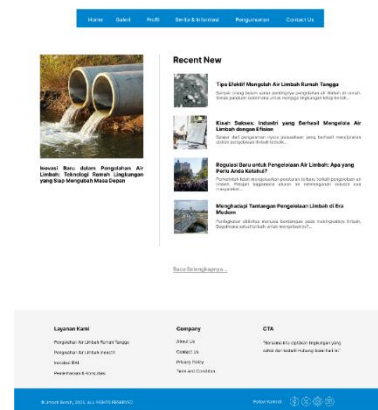
Di bagian tengah halaman, terdapat pengenalan singkat mengenai perusahaan yang dikenal sebagai penyedia solusi pengelolaan limbah. Kemudian dibawahnya terdapat visi dan misi Perusahaan.



Gambar 7. Halaman Profil

3.1.4. Berita & Informasi

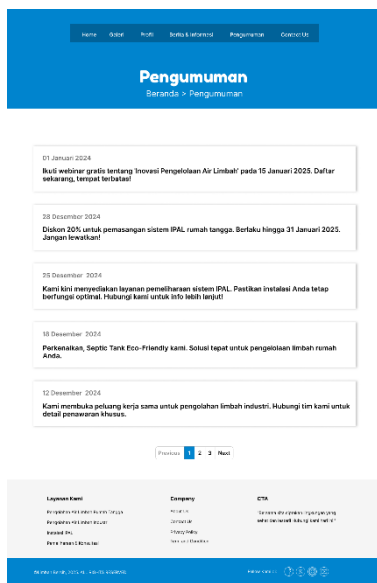
Di halaman Berita & Informasi, kami menyediakan artikel-artikel terbaru yang membahas berbagai aspek terkait pengelolaan air limbah. Artikel-artikel ini mencakup berbagai informasi penting dan terkini yang dapat membantu masyarakat dan industri dalam memahami dan mengimplementasikan solusi efektif untuk pengelolaan air limbah. Untuk mengetahui lebih lanjut, Anda bisa mengklik tombol "Baca Selengkapnya" di setiap artikel yang tersedia.



Gambar 8. Halaman Berita & Informasi

3.1.5. Pengumuman

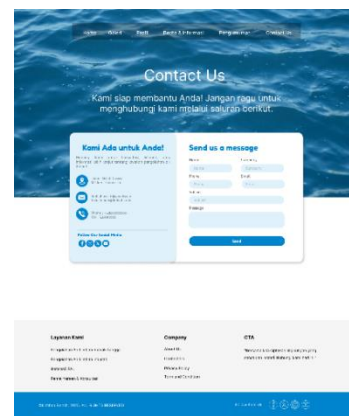
Bagian pengumuman ini menampilkan berbagai detail terkini mengenai layanan dan promosi dari perusahaan yang terlibat dalam pengelolaan air limbah. Di bagian atas bagian ini, terdapat beberapa pengumuman yang disusun berdasarkan tanggal, hingga penawaran-penawaran yang disediakan. Pengguna dapat dengan mudah mengakses pengumuman tambahan melalui opsi navigasi "previous" dan "next", yang memungkinkan mereka untuk melihat pengumuman sebelumnya atau setelahnya. Tata letak bagian pengumuman dirancang agar mudah dan informatif, dengan menekankan tanggal dan judul setiap pengumuman, sehingga pengunjung dapat dengan cepat menemukan informasi penting. Singkatnya, bagian ini disusun untuk memberikan informasi kepada pengunjung dengan pembaruan yang relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami.



Gambar 9. Halaman Pengumuman

3.1.6. Contact Us

Halaman "Contact Us" dibuat untuk memungkinkan pengguna menghubungi perusahaan dengan cara yang mudah dan efektif. Di bagian atas halaman terdapat judul yang jelas, "Contact Us". Pengunjung memiliki dua opsi utama untuk menghubungi perusahaan: formulir kontak atau media sosial. Formulir kontak yang tersedia mengharuskan pengunjung mengisi kolom penting seperti nama, perusahaan, nomor telepon, email, subjek, dan pesan. Ini memungkinkan pengunjung untuk dengan mudah mengirimkan pertanyaan, permintaan, atau pesan langsung kepada perusahaan. Selain itu, perusahaan menyediakan informasi tambahan seperti alamat kantor perusahaan, serta nomor telepon dan email yang dapat dihubungi secara langsung. Pengunjung juga dapat mengikuti perusahaan melalui media sosial yang tersedia untuk mendapatkan pembaruan dan berinteraksi lebih lanjut. Dengan semua pilihan ini, halaman ini memastikan bahwa pengunjung dapat menghubungi perusahaan sesuai dengan kenyamanan dan kebutuhan mereka.



Gambar 10. Halaman Contact Us

3.2. Evaluasi dan Uji Coba

Pengujian dilakukan berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah dianalisis sebelumnya menggunakan pendekatan *design thinking*.

Unit Testing	Sesuai Harapan		Keterangan
	Ya	Tidak	
Landing Page	✓		Semua kebutuhan tersedia
Halaman Galeri	✓		Ada memori perusahaan
Halaman Profile	✓		Sesuai kebutuhan
Halaman Berita dan Informasi	✓		User friendly
Halaman Pengumuman	✓		Sesuai kebutuhan
Halaman Contact Us	✓		Sesuai kebutuhan

Tabel 2. Uji Coba Prototype

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan desain antarmuka web pemasaran yang efektif untuk Cabang Pemasaran Air Limbah PDAM Tirtanadi di Medan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan promosi layanan pengelolaan air limbah. Studi ini menggunakan pendekatan Design Thinking untuk menekankan betapa pentingnya menilai kebutuhan pengguna dan membuat antarmuka yang fungsional dan estetik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain antarmuka yang baik tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman pengguna tetapi juga dapat meningkatkan efektivitas promosi.

Dengan demikian, PDAM Tirtanadi diharapkan dapat menarik lebih banyak

pelanggan dan memperkuat reputasinya sebagai penyedia layanan profesional. Komponen inti dari situs web yang dirancang meliputi halaman utama, galeri, profil perusahaan, informasi, berita, dan pengumuman, serta kontak. Dengan menggunakan prinsip berorientasi pengguna dan estetika profesional yang mengutamakan warna biru, setiap komponen dibuat untuk menciptakan kesan kepercayaan dan tanggung jawab lingkungan. Penelitian ini juga menekankan peran digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi pelayanan publik.

Akibatnya, temuan penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran digital dan desain antarmuka, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan layanan publik yang lebih baik melalui penggunaan teknologi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rahmad Syuhada selaku Dosen Pembimbing KP dan Para Pembimbing Lapangan di PDAM Cabang Pemasaran Air Limbah beserta segenap tim yang membantu dalam penelitian ini, sehingga dapat terselesaikan. Terima kasih pula kepada Tim dari JITET Universitas Lampung yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan proses paper ini untuk bisa dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Panggabean dan N. L. Meilani, "Digitalisasi Pelayanan Publik Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Aplikasi Pekanbaru Dalam Gengaman Dalam Tinjauan Digital Era Governance)," *SENTRI J. Ris. Ilm.*, vol. 2, no. 3, hal. 721–728, 2023, doi: 10.55681/sentri.v2i3.622.
- [2] I. Basyo dan Anirwan, "Pelayanan Publik Era Digital: Studi Literatur," *Indones. J. Intellect. Publ.*, vol. 4, no. 1, hal. 23–31, 2023, doi: 10.51577/ijipublication.v4i1.477.
- [3] A. Fadhlurrahman, "Analisis Pemasaran Melalui Optimalisasi Website Frozenjakarta. Com Di Pt. Niaga Digital Persada Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Tahun 2023," *J. Pijar*, vol. 2, no. 1, hal. 168–189, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/1231%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/1231/429>
- [4] S. Aisyah dan K. R. Rachmadi, "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan," *RESWARA J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, hal. 442–448, 2022, doi: 10.46576/rjpkm.v3i2.1866.
- [5] A. A. A. Ushud, I. Novita, dan N. Juliasari, "Pelatihan Pemanfaatan CMS Untuk Pembuatan Website Bagi OrangTua Siswa Sekolah Alam Tangerang," *JAM-TEKNO (Jurnal Pengabd. Kpd. Masy. TEKNO)*, vol. 2, no. 1, hal. 20–25, 2021.
- [6] "Tirtanadi." Diakses: 21 Januari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://tirtanadi.co.id/>
- [7] L. Ramahdani, D. K. Putri, dan Zainarti, "Analisis Penerapan Aplikasi Digital Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Binjai," *J. Ilm. Res. Student*, vol. 1, no. 1, hal. 172–180, 2023.
- [8] Husni, H. Basri, R. Ansahar, D. A. Maulana, dan J. Salat, "Faktor yang mempengaruhi antar muka pengguna pada aplikasi brainly berbasis mobile," *TECHSI*, vol. 15, no. 2, hal. 15–27, 2024.
- [9] N. S. Ariani, T. Rochmadi, N. R. Dzakiyullah, dan A. Ratnasari, "PERANCANGAN DESIGN UI / UX PEMESANAN TIKET TRAVEL WEB PADA PT . RMANJA," *JITET (Jurnal Inform. dan Tek. Elektro Ter. pISSN)*, vol. 13, no. 1, hal. 280–291, 2025.
- [10] A. Kholik, A. Soegiarto, W. P. Sari, dan U. Negeri, "Strategi Komunikasi Visual dalam User Interface (UI) dan User Experience (UX) Untuk Membangun Kepuasan Pengguna," *TUTURAN J. Ilmu Komunikasi, Sos. dan Hum.*, vol. 2, no. 4, hal. 335–344, 2024.
- [11] Rakhmadi Rahman, Abdul Khalik Hartono, dan Natasya taslim, "Rekacipta Antarmuka Pengguna Intuitif dan Ramah Pengguna untuk Sistem Operasi Windows: Pendekatan Berbasis Pengalaman Pengguna (Ux)," *J. Penelit. Teknol. Inf. dan Sains*, vol. 2, no. 3, hal. 17–28, 2024, doi: 10.54066/jptis.v2i3.2200.
- [12] M. Ridwan Wibowo dan H. Setiaji, "Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking," *Pros. Autom.*, vol. 8, no. 75, hal.

- 147–154, 2020, [Daring]. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
- [13] W. Darmalaksana, “Template Penulisan Artikel Hadis dengan Pendekatan Design Thinking,” vol. 2507, no. February, hal. 1–9, 2020.
- [14] N. Herawati, T. Lindriati, dan I. Bagus Suryaningrat, “Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng,” *J. Agroteknologi*, vol. 13, no. 01, hal. 10, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <https://www.google.com.sg/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=22&ved=2ahUKEwiP6ITxiaXIAhWd6nMBHWxaASQ4FBAWMAF6BAGDEAI&url=https%3A%2F%2Fjurnal.unej.ac.id%2Findex.php%2FJAGT%2Farticle%2Fdownload%2F8554%2F6748%2F&usg=AOvVaw1Qb7cId3iN0iHsKhF9BLV>
- [15] A. Zalukhu, S. Purba, dan D. Darma, “Perangkat Lunak Aplikasi Pembelajaran Flowchart,” *J. Teknol. Inf. dan Ind.*, vol. 4, no. 1, hal. 61–70, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejurnal.istp.ac.id/index.php/jtii/article/view/351>
- [16] R. Rohmanto dan T. Setiawan, “Perbandingan Efektivitas Sistem Pembelajaran Luring dan Daring Menggunakan Metode Use case dan Sequence Diagram,” *Intern. (Information Syst. Journal)*, vol. 5, no. 1, hal. 53–62, 2022, doi: 10.32627/internal.v5i1.506.
- [17] H. E. Sari dan R. Prasetiawati, “Analisis Sistem Informasi Customer Relationship Management Berbasis Web Pada PT. INOVATIF TEKNIK MESINDO,” *Technomedia J.*, vol. 5, no. 1 Agustus, hal. 1–13, 2020, doi: 10.33050/tmj.v5i1.881.