

PERANCANGAN DESAIN UI (USER INTERFACE) LANDING PAGE MATASEHATKU DENGAN METODE DESIGN THINKING

Putri Ghanim Septia Habiba¹, Ferry Doringin², Murni Marlina Simarmata³

^{1, 2, 3}Program Studi Optometri, Akademi Refraksi Optisi dan Optometry Gapopin, Jakarta, Indonesia.

e-mail: putrighanim@gmail.com¹⁾, fdoringin@gmail.com²⁾, feliciamanalu20@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Penggunaan *gadget* yang berlebihan telah menyebabkan peningkatan signifikan pada kasus astenopia dan gangguan penglihatan. Kurangnya kesadaran dan akses terhadap metode perawatan preventif membuat masalah kesehatan mata semakin berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, dikembangkan *landing page* MataSehatKu yang dapat membantu pengguna untuk mengenal dan mengunduh aplikasi MataSehatKu. Landing page MataSehatKu menampilkan penjelasan dan *mockup* aplikasi berbasis *mobile* MataSehatKU yang menyediakan fitur-fitur seperti latihan mata, pemeriksaan mata mandiri untuk *screening* awal, grafik kelainan refraksi dari waktu ke waktu, dan edukasi tentang pola hidup sehat untuk mata, yang dirancang untuk mengurangi risiko gangguan penglihatan. Perancangan *landing page* MataSehatKu dilakukan dengan metode *design thinking* yang terdiri dari tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap awal adalah mengumpulkan data primer dan sekunder melalui observasi, kuesioner, analisa kompetitor, dan studi literatur untuk kemudian dianalisis. Data terkait masalah yang dihadapi pengguna digunakan sebagai dasar dalam pembentukan solusi perancangan fitur dan *prototype*. *Prototype* kemudian diujicobakan kepada pengguna untuk mengevaluasi hambatan dan masalah yang dihadapi, sehingga dilakukan perbaikan. Pengembangan ini menghasilkan desain UI *landing page* MataSehatKu yang memberikan pengalaman dan kemudahan optimal bagi pengguna dalam mencapai tujuannya dengan nilai SUS 84,6 dan UEQ diperoleh skala daya tarik sebesar 1,51 berada pada tingkatan di atas rata-rata, skala kejelasan sebesar 1,69 berada pada tingkatan di atas rata-rata, skala efisiensi sebesar 1,74 berada pada tingkatan baik, skala ketepatan sebesar 1,81 berada pada tingkatan luar biasa, skala stimulasi sebesar 1,03 berada pada tingkatan di atas rata-rata, skala kebaruan sebesar 0,78 berada pada tingkatan di atas rata-rata.

Kata Kunci: Gangguan penglihatan, Desain UI, Landing page, Metode design thinking.

ABSTRACT

Excessive use of gadgets has led to a significant increase in cases of asthenopia and visual impairment. Lack of awareness and access to preventive care methods means eye health problems are increasingly growing in society. Therefore, a MataSehatKu landing page was developed which can help users get to know and download the MataSehatKu application. The MataSehatKU landing page displays an explanation and mockup of the MataSehatKU mobile-based application which provides features such as eye exercises, independent eye examinations for initial screening, graphs of refractive errors over time, and education about healthy lifestyles for the eyes, which are designed to reduce risk. visual impairment. The design of the MataSehatKU landing page was carried out using the design think method which consists of the stages empathize, define, ideate, prototype and test. The initial stage is to collect primary and secondary data through observation, questionnaires, competitor analysis, and literature studies for analysis. Data related to problems faced by users is used as a basis for forming feature design solutions and prototypes. The prototype is then tested on users to evaluate the obstacles and problems faced, so that improvements can be made. This development resulted

in a UI design for the MataSehatKU landing page which provides optimal experience and convenience for users in achieving their goals with a SUS value of 84.6 and UEQ obtained on an attractiveness scale of 1.51 is at an above average level, a clarity scale of 1.69 is at an above average level, an efficiency scale of 1.74 is at a good level, an accuracy scale of 1.81 is at an excellent level, a stimulation scale of 1.03 is at an above average level, a novelty scale of 0.78 is at an above average level.

Keywords: *Visual impairment, UI Design, Landing page, Design thinking method*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah secara fundamental mengubah lanskap kehidupan masyarakat modern, mendefinisikan nilai-nilai sosial dan membentuk kebiasaan baru (Arifin et al., 2025; Kaewkitipong et al., 2023). Di antara berbagai inovasi teknologi, *smartphone* atau ponsel pintar telah bertransformasi dari sekadar alat komunikasi menjadi sebuah perangkat multifungsi yang nyaris tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari. Sebagaimana didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *smartphone* adalah gawai canggih yang mampu menjalankan fungsi komputasi kompleks, dilengkapi antarmuka layar sentuh, konektivitas internet, dan sistem operasi yang mendukung berbagai aplikasi. Kemampuannya untuk mengakomodasi hampir seluruh spektrum kebutuhan manusia mulai dari komunikasi, informasi, hiburan, transaksi finansial, hingga pendidikan telah menjadikannya bukan lagi sekadar alat pendukung, melainkan sebuah kebutuhan primer dalam menavigasi kompleksitas kehidupan kontemporer (Sae, 2023). Fenomena ini secara global mendorong peningkatan eksponensial dalam adopsi dan penggunaan *smartphone* di berbagai lapisan masyarakat, mengubah cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi secara mendalam.

Indonesia, dalam konteks global ini, menempati posisi yang unik dan signifikan sebagai salah satu negara dengan tingkat adopsi dan penggunaan perangkat *mobile* tertinggi di dunia. Laporan *State of Mobile* (2024) bahkan menempatkan Indonesia di peringkat teratas dalam hal durasi penggunaan harian, dengan rata-rata melampaui enam jam per hari sebuah angka yang melampaui negara-negara lain. Data ini diperkuat oleh temuan Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2022, yang menunjukkan penetrasi internet dan kepemilikan telepon seluler yang terus meningkat pesat, mencapai lebih dari 67% populasi. Tingginya angka ini merefleksikan sebuah masyarakat yang sangat terkoneksi secara digital, didorong oleh popularitas masif aplikasi media sosial, *game online*, layanan *streaming*, serta pergeseran perilaku menuju transaksi digital dan pembelajaran daring. Ketergantungan yang tinggi pada *smartphone* ini menjadi sebuah ciri khas masyarakat Indonesia modern, menandakan keterbukaan terhadap inovasi teknologi namun sekaligus memunculkan tantangan baru yang perlu diantisipasi (Oktavia et al., 2024; Suryanto et al., 2025).

Secara ideal, integrasi *smartphone* ke dalam kehidupan sehari-hari seharusnya membawa dampak positif yang signifikan. Kemudahan akses informasi tanpa batas ruang dan waktu, kemampuan untuk terhubung dengan jejaring sosial yang luas, serta ketersediaan berbagai aplikasi yang mendukung produktivitas dan hiburan merupakan beberapa manfaat nyata yang ditawarkan oleh teknologi ini. *Smartphone* dapat berfungsi sebagai alat pemberdayaan, membuka peluang belajar baru, memfasilitasi partisipasi dalam ekonomi digital, bahkan menjadi sarana relaksasi dan pelepasan stres di tengah kesibukan (Melati et al., 2025; Pratiwi & Malwa, 2021). Dalam skenario ideal, pengguna mampu memanfaatkan seluruh potensi positif ini secara bijaksana, menjaga keseimbangan antara interaksi di dunia digital dengan aktivitas di dunia nyata, sehingga teknologi benar-benar berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan tanpa menimbulkan efek samping yang merugikan.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang lebar antara potensi ideal tersebut dengan praktik penggunaan *smartphone* yang seringkali berlebihan. Ketergantungan yang tinggi dan durasi penggunaan yang melampaui batas kewajaran membawa serangkaian konsekuensi negatif yang signifikan terhadap kesehatan fisik dan mental pengguna. Salah satu dampak negatif yang paling umum dan seringkali terabaikan adalah penurunan kesehatan mata. Paparan layar *smartphone* secara terus-menerus dalam jangka waktu lama dapat menyebabkan kondisi mata lelah, yang dalam istilah medis dikenal sebagai *astenopia*. Kondisi ini merupakan respons fisiologis mata terhadap beban kerja visual yang berlebihan, yang jika diabaikan dapat berkembang menjadi masalah penglihatan yang lebih serius. Kesenjangan antara kenyamanan yang ditawarkan *smartphone* dengan risiko kesehatan mata yang menyertainya menjadi sebuah isu krusial di era digital ini.

Astenopia, atau kelelahan mata digital, telah menjadi masalah kesehatan publik berskala global. Data Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengindikasikan prevalensi *astenopia* yang sangat tinggi, berkisar antara 40% hingga 90% populasi, sebuah angka yang mencerminkan betapa luasnya dampak penggunaan perangkat digital (Haibanissa et al., 2022; Prakarsa, 2021; Chandraswara & Rifai, 2019). Kondisi ini terjadi ketika otot-otot mata dipaksa bekerja secara intensif dan terus-menerus untuk fokus pada layar digital, seringkali dalam jarak pandang yang terlalu dekat dan dalam kondisi pencahayaan yang kurang ideal. Gejala yang muncul bervariasi, mulai dari rasa tidak nyaman, mata berair, kemerahan, pandangan kabur atau ganda, hingga sakit kepala. Jika dibiarkan tanpa penanganan, *astenopia* tidak hanya menurunkan kenyamanan dan produktivitas, tetapi juga berpotensi memperburuk kelainan refraksi yang sudah ada atau memicu masalah penglihatan baru.

Kesenjangan antara risiko *astenopia* yang tinggi dengan tingkat kesadaran dan praktik pencegahan di masyarakat menjadi fokus perhatian yang mendalam. Penelitian oleh Moura et al. (2020) secara empiris menunjukkan timbulnya keluhan mata lelah setelah penggunaan *smartphone* selama 60 menit, terutama jika dilakukan pada jarak pandang yang terlalu dekat (rata-rata 29,2 cm). Lebih mengkhawatirkan lagi, survei terhadap pengguna *smartphone* mengungkap adanya kesenjangan perilaku yang signifikan: banyak responden yang mengakui sering mengabaikan anjuran untuk mengistirahatkan mata secara berkala, kurang memiliki pengetahuan mengenai teknik-teknik relaksasi mata yang benar, dan bahkan cenderung menunda pemeriksaan mata meskipun sudah mengalami gejala gangguan penglihatan. Kesenjangan antara pengetahuan tentang risiko dengan perilaku pencegahan inilah yang memperparah masalah *astenopia* di tingkat populasi.

Menjawab permasalahan kompleks ini, diperlukan sebuah solusi inovatif yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga secara proaktif membantu pengguna *smartphone* untuk menjaga kesehatan mata mereka. Nilai kebaruan dari proyek ini terletak pada pengembangan aplikasi *mobile* "MataSehatKU" sebagai sebuah alat intervensi digital yang komprehensif. Aplikasi ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dan perilaku dengan menyediakan fitur-fitur praktis seperti tips perawatan mata harian, panduan latihan relaksasi mata, alat asesmen mandiri sederhana, serta sistem pengingat cerdas untuk mendorong pengguna beristirahat secara teratur. Namun, inovasi tidak berhenti pada aplikasi itu sendiri. Menyadari pentingnya strategi pemasaran digital, proyek ini juga secara spesifik berfokus pada perancangan dan implementasi sebuah *landing page* yang efektif untuk memperkenalkan aplikasi MataSehatKU kepada target audiens. *Landing page* ini akan berfungsi sebagai "gerbang depan" digital yang strategis, dirancang untuk mengkomunikasikan nilai manfaat aplikasi secara jelas, membangun kepercayaan, dan pada akhirnya mendorong pengguna untuk mengunduh dan memanfaatkan solusi kesehatan mata yang ditawarkan.

Pendekatan terintegrasi antara pengembangan produk dan strategi pemasaran digital inilah yang menjadi inti inovasi proyek ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode *Design Thinking* untuk memandu proses perancangan *User Interface* (UI) sebuah *landing page* bagi aplikasi MataSehatKu. Pendekatan ini dipilih karena berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengguna dan menerapkan proses iteratif. Metodologi penelitian ini dilaksanakan melalui lima tahapan sistematis. Tahap pertama adalah *Empathize*, di mana peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder melalui observasi, studi literatur, analisis kompetitor terhadap empat aplikasi serupa, serta penyebaran kuesioner daring melalui Google Form kepada 50 responden. Selain itu, dilakukan wawancara langsung dengan lima narasumber yang merupakan pengguna *smartphone* aktif untuk memahami kebutuhan, masalah, dan motivasi mereka terkait kesehatan mata.

Tahap kedua adalah *Define*, di mana data yang terkumpul dari tahap *Empathize* disintesis untuk mengidentifikasi permasalahan utama pengguna. Dari proses ini, dirumuskan dua *user persona* yang mewakili target audiens, yaitu seorang profesional dan seorang mahasiswa, untuk memfokuskan solusi desain. Tahap ketiga, *Ideate*, difokuskan pada pengembangan ide solusi. Pada tahap ini, peneliti merancang arsitektur informasi berupa *sitemap*, menyusun *moodboard* untuk menentukan arah visual, dan mengembangkan *design system* yang mencakup palet warna, tipografi, dan logo. Selanjutnya, dibuat *wireframe low-fidelity* dan *high-fidelity* untuk memvisualisasikan struktur dan tata letak *landing page* secara detail.

Tahap keempat adalah *Prototype*, di mana rancangan *high-fidelity* (Hi-Fi) diubah menjadi sebuah *prototype* interaktif menggunakan perangkat lunak Figma. *Prototype* ini kemudian diuji pada tahap kelima, yaitu *Testing*. Proses pengujian *usability* melibatkan enam responden yang sesuai dengan *user persona* yang telah dibuat. Pengujian dilakukan melalui skenario tugas yang telah dirancang, baik secara daring maupun luring. Data hasil pengujian dikumpulkan menggunakan dua instrumen utama: kuesioner *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur kelayakan, dan *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang diisi oleh 30 responden untuk mengevaluasi pengalaman pengguna secara lebih komprehensif. Umpan balik dari tahap pengujian ini digunakan untuk melakukan perbaikan iteratif pada desain *prototype*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil tahapan *design thinking* yang dilakukan dalam penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Tahap *Emphatize*

Tahap *emphatize* ini merupakan kegiatan mengumpulkan data. Hal ini membantu memperoleh data untuk memahami masalah yang ingin dipecahkan. Peneliti memahami perspektif dan kebutuhan calon pengguna aplikasi MataSehatKu melalui wawancara, kuesioner, dan analisis kompetitor. Kuesioner diisi oleh 50 responden dari 17 Februari 2024 hingga 20 Maret 2024 menggunakan Google Form, sedangkan wawancara dilakukan secara langsung kepada 5 narasumber pengguna *smartphone* aktif. Skenario wawancara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertanyaan wawancara *emphatize*

Isi	Pertanyaan
Do	1. Bagaimana cara Anda mencari informasi mengenai kesehatan mata?

Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan

	2. Situs atau aplikasi apa saja yang Anda akses dalam mencari informasi untuk kesehatan mata?
	3. Apa yang Anda lakukan setelah mendapatkan informasi mengenai kesehatan mata?
Think	1. Apakah Anda puas dengan informasi yang ditampilkan pada <i>website</i> atau aplikasi terkait kesehatan mata tersebut?
	2. Menurut Anda saran apa jika ada
	3. keluhan/ketidaknyamanan/ketidaksukaan anda tentang kesehatan mata?
Feel	1. Apa yang Anda rasakan setelah melihat informasi tentang kesehatan mata di sebuah <i>website</i> ?
	2. Bagaimana menurut Anda jika menemukan informasi tentang kesehatan mata yang tidak valid?
	3. Apakah informasi yang ditampilkan mudah untuk dipahami?
Pain	1. Apakah anda kesulitan untuk mencari informasi mengenai kesehatan mata sesuai dengan yang diinginkan?
	2. Apakah Anda tahu tentang adanya <i>website</i> atau aplikasi tentang kesehatan mata di Indonesia? Jika ya apa saja yang pernah Anda kunjungi, lalu apakah ada keluhan dalam menggunakan <i>website</i> atau aplikasi tersebut?
Needs	1. Hal apa saja menurut Anda yang perlu ditingkatkan agar mempermudah orang awam dalam mencari informasi tentang kesehatan mata?
	2. Coba jelaskan, menurut Anda hal apa saja yang sangat dibutuhkan oleh orang orang dalam informasi terkait kesehatan mata?

Selain kuesioner dan wawancara, analisis kompetitor juga dilakukan dengan mengidentifikasi pesaing yang menawarkan layanan serupa. Pengamatan terhadap pesaing seperti EyeCare, EyeBuddy, Halodoc dan Tentang Anak dilakukan untuk mengumpulkan data komprehensif, membandingkan faktor kekuatan, kelemahan, dan fitur pada *landing page* yang dimiliki oleh setiap kompetitor. Hasil analisis kompetitor disusun dalam Tabel 2.

Tabel 2. Analisa Kompetitor

Brand	 EYE CARE CLINIC	 EYE BUDDY	 halodoc	 TENTANG ANAK
Target Audiens	Pasien yang memiliki kebutuhan kesehatan mata khususnya di Singapura	Pasien yang peduli terkait kesehatan mata	Pasien yang membutuhkan layanan rumah sakit	Orang tua yang membersami tumbuh kembang anak-anaknya
Kekuatan	Fokus pada layanan <i>appointment</i> di Eye Care Clinic	Fokus pada pengunduhan aplikasi <i>mobile</i> yang menyediakan pemeriksaan mata, latihan untuk kering, <i>lazy eyes</i> , dan beberapa keluhan mata lainnya	Menyediakan layanan konsultasi dengan dokter secara <i>online</i> , pembelian obat-obatan, dan fitur <i>appointment</i> dengan dokter	Fokus pada penjualan produk di <i>e-commerce</i> Tentang Anak dan pengunduhan aplikasi Tentang Anak
Kelemahan	Terbatas hanya untuk domisili	Tidak dijelaskan perbedaan fitur yang didapatkan	Opsi terlalu luas dan tidak fokus	Opsi terlalu luas dan fokus pada tumbuh

Singapura dan aplikasi *free trial* pada kesehatan kembang anak,
 sekitarnya dan berbayar mata kurangnya info
 terkait
 kesehatan mata

Fitur Pemeriksaan Mata Mandiri	Tidak ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Fitur Layanan Gratis	<i>Appointment</i> melalui WA	Tidak ada	Konsultasi dengan dokter 24 jam melalui aplikasi	Tanya jawab dengan ahli melalui aplikasi
Fitur <i>Landing Page</i>	Fitur: a. Banner b. About Us c. Cust service (WA) d. Layanan e. Lokasi f. Footer	Fitur: a. Hero section b. CTA c. About Us d. Fitur e. Testimoni f. Footer	Fitur: a. Chat dengan Dokter b. Toko Kesehatan c. Home Lab dan Vakisanasi d. Haloskin e. Buat Janji RS f. Layanan Khusus g. Banner Penawarana h. Artikel i. Obat dan Vitamin j. Footer	Fitur: k. Banner l. About Us m. Cust service (WA) n. Layanan o. Package layananan p. Blog q. Testimoni How to Order

2. Tahap *Define*

Berdasarkan proses *define* didapatkan permasalahan utama yang dapat disimpulkan dari proses *empathize* adalah calon pengguna sebagian besar mengalami gangguan penglihatan, namun belum memeriksakannya ke dokter mata ataupun RO. Selain itu juga responden banyak yang lupa ukuran visus mata pada terakhir pemeriksaan, serta masih banyak yang belum tahu cara yang tepat untuk melakukan relaksasi mata ketika mengalami kelelahan mata. Oleh karena itu, didapatkan sebuah solusi untuk permasalahan tersebut adalah membuat sebuah media *online* alternatif dalam bentuk aplikasi *mobile* yang dirancang khusus sesuai target calon pengguna yang dapat memfasilitasi kebutuhan dari permasalahan calon pengguna yang memanfaatkan konsep UI sebagai alternatif pendekatan aplikasi agar lebih *user friendly* dan benar-benar dimanfaatkan juga dibutuhkan oleh calon pengguna yang menggunakan aplikasi. Sebelum membuat aplikasi MataSehatKu, dirancang *website* untuk *landing page* agar masyarakat mengenal apa itu aplikasi MataSehatKu.

Berdasarkan data yang didapat, target calon pengguna yang ditentukan adalah pengguna *smartphone* aktif, profesional yang bekerja dengan layar, mahasiswa atau pelajar SMA/SMK/MA, pengguna yang mengalami gangguan mata, dan individu yang peduli terhadap kesehatan mata.

Dari hasil kuesioner dan wawancara, peneliti merangkum keseluruhan persona yang mewakili setiap latar belakang informan. Pada tahap *user persona*, didapatkan target pengguna sebanyak dua orang, yaitu seorang profesional dan mahasiswa. Masing-masing

user persona tersebut terdiri dari identitas pengguna seperti nama, umur, pekerjaan, kebutuhan dan tantangan, serta motivasi dan tujuan. Berikut adalah 2 *persona* yang dibuat:

a. Angela Susanto (Pekerja)

Angela Susanto adalah seorang profesional di bidang pemasaran. Angela aktif menggunakan aplikasi *mobile*, *e-commerce*, dan media sosial seperti TikTok, X, dan Instagram. Angela membutuhkan solusi praktis untuk merawat kesehatan mata di tengah kesibukannya dalam bekerja. Salah satu *pain points* yang dirasakan Angela adalah kelelahan mata, ketegangan otot mata hingga sakit kepala yang mengganggu produktivitas dan kenyamanannya dalam bekerja.

b. Rian Pratama (Mahasiswa IT)

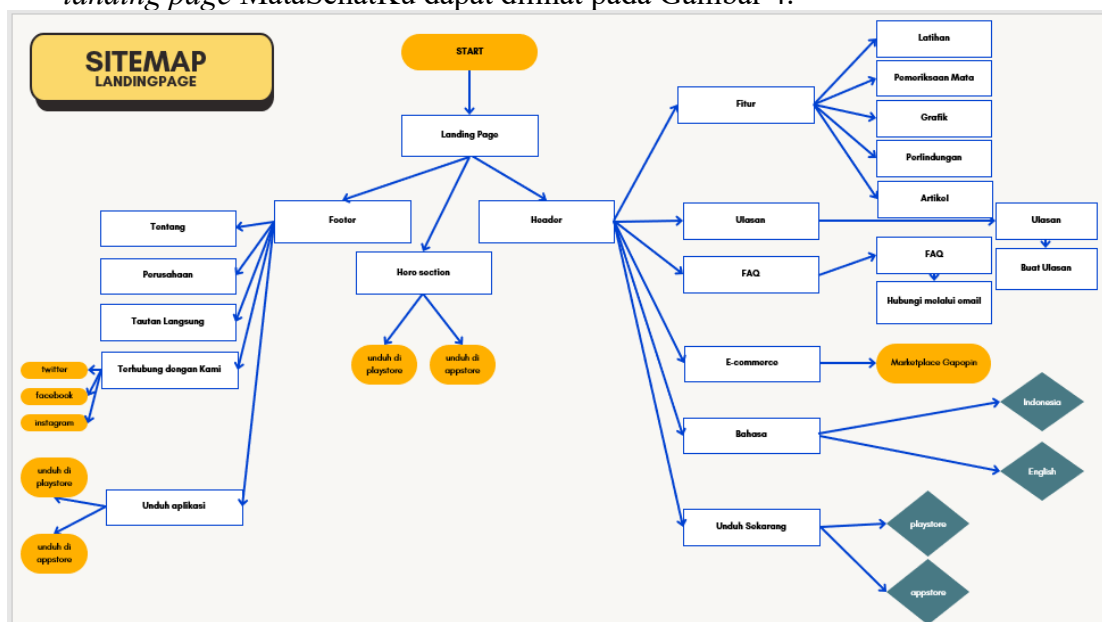
Rian Pratama adalah seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang berasal dari Surabaya, Indonesia. Rian sedang menempuh pendidikan di salah satu universitas terkemuka di kota tersebut, dengan jurusan Teknik Informatika. Rian sering menghabiskan waktu di depan layar komputer untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah, mempelajari materi kuliah, dan mengembangkan proyek-proyek perangkat lunak. Selain itu, dia juga menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet, berkomunikasi dengan teman-temannya, dan bermain *game*. Salah satu *pain point* Rian adalah ukuran visus mata yang tidak terdokumentasikan dengan baik, sehingga Rian kesulitan melihat progresifitas kelainan refraksi yang dimiliki. Rian mencari solusi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan dalam menjaga kesehatan penglihatannya di tengah rutinitas harian yang padat.

3. Tahap Ideate

Tahap selanjutnya dari metode *design thinking* yaitu *ideate* atau pengumpulan ide. Tahap ini dilakukan dengan membuat *sitemap* atau peta situs agar pengguna lebih mudah memahami navigasi *website* ketika menjelajah *landing page* MataSehatKu.

a. Sitemap

Sitemap merupakan peta situs atau alat bantu navigasi pengguna ketika ingin menjelajah suatu *website*. Dengan kata lain, *sitemap* seperti sebuah kerangka atau alur yang menggambarkan denah dari *website landing page* MataSehatKu. Gambar *sitemap landing page* MataSehatKu dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 1. Sitemap Landing Page MataSehatKu

b. Perancangan *Moodboard & Design System*

Perancangan *moodboard* dilakukan sebelum merancang *wireframe* atau *prototype landing page* untuk memperbanyak referensi desain. Tahap ini melibatkan pengumpulan berbagai desain terkait *landing page*, seperti palet warna, gaya antarmuka, dan penggunaan font, yang kemudian disusun ke dalam *moodboard*.

Tahap berikutnya adalah perancangan *design system*. Ini bertujuan untuk menetapkan dan menjaga konsistensi elemen visual dalam pengembangan *wireframe* dan *prototype landing page* MataSehatKu. Warna, font, dan logo disesuaikan dengan *branding* MataSehatKu, menggunakan warna terang, dan font Poppins (Regular, Semibold, dan Bold) untuk tipografi *landing page* seperti pada Gambar 5.

c. Perancangan *Low-Fidelity (Lo-Fi)* dan *High Fidelity (Hi-Fi) Wireframe*

Dalam perancangan *landing page* aplikasi MataSehatKu, sebelum merancang *prototype user interface*, dilakukan tahapan penyusunan *Lo-Fi* dan *Hi-Fi Wireframe* berdasarkan hasil dari tahap *empathize*, *define*, dan *ideate*. Prinsip penggunaan ruang kosong dan layout grid digunakan untuk menciptakan desain interface yang fokus, teratur, dan mudah diakses pengguna. Desain *lo-fi wireframe* dibuat untuk menyusun struktur dasar dan navigasi *landing page* dengan bentuk sederhana sebelum beralih ke *hi-fi wireframe*. *Hi-Fi wireframe* memberikan representasi visual yang rinci, termasuk tampilan visual, interaksi, dan pengalaman pengguna yang mendekati hasil akhir dari *landing page*.

Tabel 3. Low Fidelity dan High Fidelity Wireframe Landing Page MataSehatKu

Halaman	Low-Fidelity (Lo-Fi)	High Fidelity (Hi-Fi) Wireframe
<i>Hero section</i>		

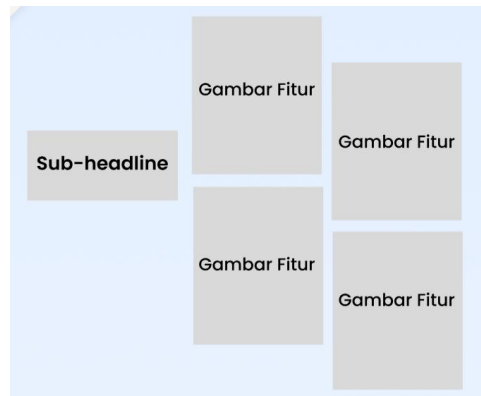
Navbar posisi *fix* di atas. Warna senada dengan *hero section* untuk menampilkan kesan yang lapang.

Terdapat fitur *e-commerce* agar pengguna dapat terhubung dengan *marketplace* resmi dari gabungan pengusaha optik Indonesia: <https://gapopinmarket.co.id/>

Fitur unduh akan membuka tab baru ke Google Playstore atau Appstore, sesuai pilihan pengguna tanpa menutup tab situs MataSehatKu.

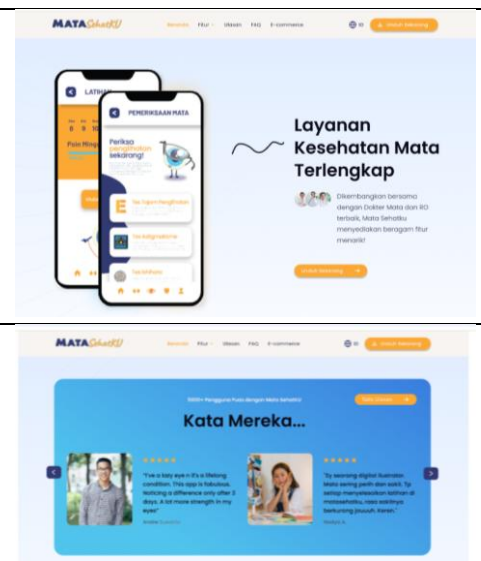
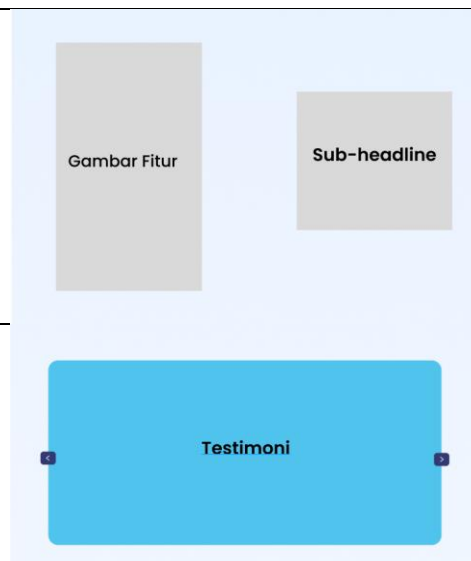
Button unduh sekarang akan menampilkan pop up berupa pilihan ingin mengunduh melalui Playstore atau Appstore.

Fitur

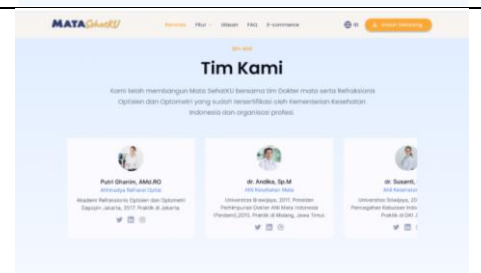
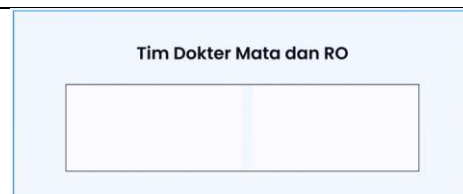


Setelah di *scroll*, navbar berwarna putih agar lebih netral. Terdapat penjelasan fitur beserta *mockup* aplikasi yang sudah terunduh pada *smartphone*. Dilengkapi *button* 'Unduh Sekarang' agar mempermudah user mengunduh aplikasi MataSehatKu.

Testimoni



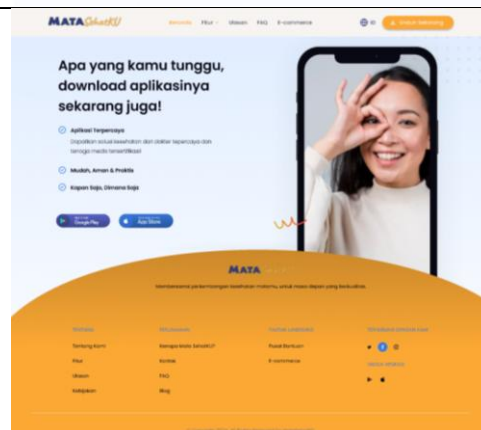
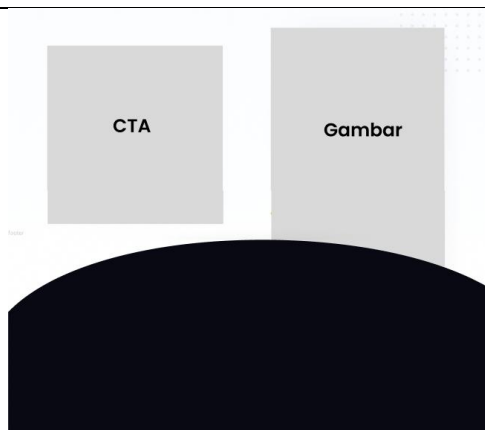
Tim



FAQ



CTA dan
 footer



4. Tahap *Prototype*

Setelah merancang *high fidelity wireframe*, tahap berikutnya adalah visualisasi dalam bentuk *prototype* interaktif menggunakan aplikasi Figma. Desain Hi-Fi Wireframe dikembangkan menjadi *prototype* yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan elemen dan halaman *landing page* MataSehatKu.

5. Tahap *Testing*

Pada tahapan *test* dalam metode *design thinking* akan dilakukan uji coba aplikasi yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Tujuannya adalah untuk menguji kelayakan dan mendapatkan umpan balik dari pengguna.

Pengujian *usability* melibatkan perencanaan skenario yang rinci, mencakup langkah-langkah dan tugas yang harus diselesaikan oleh pengguna. Hal ini membantu mengidentifikasi titik kesulitan dan kesalahan yang dialami pengguna selama pengujian. Setelah menentukan skenario pengujian *usability*, dilakukan tahap pengujian untuk mengevaluasi kemudahan dan efektivitas penggunaan *landing page* aplikasi MataSehatKu. Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, mengukur kepuasan pengguna, dan memvalidasi desain prototipe serta fiturnya.

Pengujian melibatkan 6 responden yang memiliki kesamaan dengan *user persona* yang sudah dibuat sebelumnya. Adapun beberapa responden memang *persona* pengguna dari yang sudah diwawancarai sebelumnya. Dapat dilihat pada Tabel 4 profil singkat dari para responden yang akan menguji prototipe yang sudah dibuat.

Tabel 4. Profil singkat responden

Responden ID	Usia	Pekerjaan
Res-001	17 tahun	Siswa IT
Res-002	20 tahun	Mahasiswa
Res-003	22 tahun	Mahasiswa
Res-004	35 tahun	Profesional

Res-005	39 tahun	Profesional
Res-006	31 tahun	Developer

Wawancara dilakukan secara daring terhadap 2 responden menggunakan Google meet, sedangkan 4 responden secara luring. Pengguna menjalankan skenario yang telah dirancang, mengisi SUS dan UEQ, dan survei singkat setelah pengujian. Hasil pengujian mengungkap bagaimana pengguna berinteraksi dengan *prototype* dan tingkat kelayakan serta pengalaman pengguna.

Tabel 5. Pertanyaan SUS

No	Pertanyaan Kuesioner
1	Saya berpikir akan menggunakan website ini lagi
2	Saya merasa website ini rumit untuk digunakan
3	Saya merasa website ini mudah untuk digunakan
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain untuk menggunakan website ini
5	Saya merasa fitur – fitur dalam website berjalan dengan semestinya
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada website ini)
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat
8	Saya merasa website ini membingungkan
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan website ini
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan website ini

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisa dengan teknik SUS. Sepuluh pertanyaan SUS dapat dilihat pada Tabel 5. Skala yang dihitung pada SUS adalah efektivitas, efisiensi, kepuasan pengguna dan ketepatan. Kuesioner diberikan pada 6 responden yang telah menguji *prototype landing page* aplikasi MataSehatKu. Setelah mendapatkan hasil kuesioner dari responden, dilakukan perhitungan menggunakan Microsoft Excel, untuk setiap pernyataan bernomor ganjil, kurangi 1 dari skor (X-1). Untuk setiap pernyataan bernomor genap, kurangi nilainya dari 5 (5-X). Perhitungan yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada rumus (1).

$$\left[\sum_{i=\text{bilangan ganjil}}^n x_i - 1 \right] + \left[\sum_{i=\text{bilangan genap}}^n 5 - x_i \right] = \text{Nilai SUS} \quad (1)$$

Tabel 6. Skor Responden System Usability Scale (SUS) Setelah Diolah

No	Responden	Skor Asli										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2.5)
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	Res-001	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35	87,5
2	Res-002	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	34	85
3	Res-003	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32	80
4	Res-004	2	3	3	3	3	2	3	4	3	4	30	75
5	Res-005	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	35	87,5
6	Res-006	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	37	92,5
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)												84,58333	

Setelah mendapatkan SUS raw nilainya pada tabel 6, dilakukan perhitungan nilai akhir dari hasil raw SUS nilai yang sebelumnya sudah dihitung dengan cara mengalikan 2,5 pada hasil SUS raw nilai. Nilai rata-rata didapatkan dengan cara menjumlahkan nilai akhir SUS lalu dibagi dengan jumlah responden maka hasil yang didapatkan adalah 84.6 dari 100,

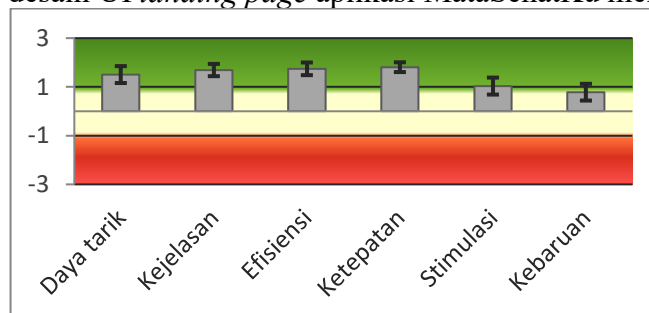
dinilai sebagai Baik Sekali, yang menyatakan bahwa desain prototipe *landing page* Aplikasi MataSehatKu dapat diterima dan digunakan untuk pengembangan selanjutnya.

Evaluasi hasil pengujian disusun berdasarkan skenario yang telah dijalankan oleh pengguna dimana dilakukan evaluasi pada skenario Melihat Tim Kami dan Pertanyaan FAQ. Dalam scenario Melihat Tim Kami, pengguna mengalami kesulitan mengakses *section* Tim Kami, mengakibatkan kesalahan klik dan kebingungan. Untuk mengatasi ini, evaluasi dilakukan dengan membuat kolom yang dapat di *scroll* secara *horizontal* untuk nama Dokter Mata dan RO beserta keterangan lainnya. Selain itu, ditambahkan *button* “Tulis Pertanyaanmu Sekarang”, dimana pengguna dapat mengajukan pertanyaan ke tim dukungan pelanggan melalui email, jika memiliki pertanyaan diluar daftar pertanyaan yang tertera ada FAQ.

Setelah pengujian menggunakan *system usability scale* (SUS), kemudian prototype UI dievaluasi menggunakan *user experience questionnaire* (UEQ). Data yang diperoleh bersumber dari 30 responden, 6 diantaranya adalah responden yang sama dengan responden yang menjawab pertanyaan SUS. Terdapat enam aspek dalam 26 butir pertanyaan yang digunakan dalam pengukuran keberhasilan terhadap pengujian menggunakan UEQ. Aspek tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. *Attractiveness* (Daya Tarik), yaitu impresi apa yang dirasakan oleh user dengan produk yang digunakan. Apakah user menyukainya?
2. *Perspicuity* (Kejelasan), yaitu kemudahan yang dapat dirasakan oleh user terhadap produk yang digunakan. Apakah user familiar dengan produk tersebut?
3. *Efficiency* (Efisiensi), yaitu interaksi antara user dan produk yang digunakan. Apakah user efisien dan cepat dalam berinteraksi?
4. *Dependability* (Ketepatan), yaitu perasaan user ketika berinteraksi dengan produk. Apakah user bisa memprediksi ketika menggunakan produk?
5. *Stimulation* (Stimulasi), yaitu motivasi serta kesenangan yang user dapatkan ketika menggunakan produk. Apakah produk tersebut menarik?
6. *Novelty* (Kebaruan), yaitu kreativitas, inovasi serta pembaruan pada produk. Apakah produk tersebut kreatif, inovatif, dan mempunyai nilai yang baru?

Perhitungan data dari UEQ akan diproses menggunakan excel ketika data dimasukkan kedalam *tools analysis* yang tersedia di UEQ. Data yang di dimasukkan akan otomatis dilakukan perhitungan sehingga menghasilkan skala poin penilaian. Poin penilaian ini terdiri dari -3, -2, -1, 0, 1, 2, dan 3. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa evaluasi untuk seluruh aspek mendapatkan nilai positif, dimana sebanyak 30 responden mendapatkan nilai rata – rata lebih dari 0,8. Sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa prototype desain UI *landing page* aplikasi MataSehatKu memiliki impresi positif.



Gambar 4. Diagram Aspek Prototype Landing Page MataSehatKu

Dari perhitungan skala setiap responden, kemudian nilai tersebut dikorelasikan untuk setiap item yang termasuk dari ke enam aspek *user experience questionnaire*. Interpretasi

dari ke enam aspek mempunyai interpretasi yang berbeda. Nilai akhir dari UEQ dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Keseluruhan tolak ukur nilai UEQ

<i>Scale</i>	<i>Mean</i>	<i>Comparison to benchmark</i>	<i>Interpretation</i>
Daya tarik	1,51	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	1,69	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,74	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1,81	Excellent	In the range of the 10% best results
Stimulasi	1,03	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Kebaruan	0,78	Above Average	25% of results better, 50% of results worse

Pembahasan hasil evaluasi *User Experience Questionnaire* (UEQ) terhadap *prototype landing page* MataSehatKu menunjukkan tingkat penerimaan pengguna yang sangat positif, terutama pada aspek-aspek pragmatis (berorientasi pada tugas). Aspek Ketepatan (Dependability) muncul sebagai yang paling unggul dengan skor *mean* 1,81, yang diinterpretasikan sebagai "Excellent". Nilai ini menempatkan *prototype* MataSehatKu dalam rentang 10% hasil terbaik dari seluruh data *benchmark*, yang mengindikasikan bahwa pengguna merasa sistem sangat terkendali, aman, dan dapat diprediksi. Selain itu, Efisiensi (Efficiency) juga mencatatkan skor "Good" (1,74), yang berarti kinerjanya lebih baik daripada 75% produk pembanding. Skor ini menegaskan bahwa pengguna merasa alur kerja pada *landing page* sangat ramping, cepat, dan memungkinkan mereka menyelesaikan tujuan tanpa menghadapi hambatan yang berarti. Keunggulan pada kedua aspek pragmatis ini menjadi fondasi kuat bagi keberhasilan fungsional sistem (Nawir & Hendrawan, 2024; Veral & Macías, 2018).

Dari sisi kualitas hedonis (berorientasi pada pengalaman non-tugas), *prototype* MataSehatKu juga mencatatkan hasil yang solid. Aspek Stimulasi (Stimulation) memperoleh skor 1,03, sementara Kebaruan (Novelty) mendapatkan skor 0,78. Kedua nilai ini sama-sama diinterpretasikan sebagai "Above Average", yang berarti performa *prototype* ini lebih baik daripada 50% produk yang ada di *benchmark* UEQ. Skor Stimulasi menunjukkan bahwa pengguna merasa *prototype* ini cukup menarik, memotivasi, dan menyenangkan untuk digunakan. Sementara itu, skor Kebaruan mengindikasikan bahwa desain yang ditawarkan terasa relatif segar, kreatif, dan inovatif bagi pengguna (Ibrahim & Aziz, 2022). Meskipun kedua aspek ini tidak mencapai level "Excellent", status "Above Average" membuktikan bahwa desain *landing page* MataSehatKu berhasil memberikan pengalaman emosional yang positif dan tidak terasa usang atau membosankan bagi target penggunanya (Moura et al., 2020; Munandar & Santoso, 2025).

Dua aspek fundamental lainnya, yaitu Daya Tarik (Attractiveness) dan Kejelasan (Perspicuity), turut memperkuat temuan positif dari evaluasi ini. Daya Tarik, yang mengukur kesan keseluruhan dan daya pikat estetika produk, meraih skor 1,51. Sementara Kejelasan, yang menilai kemudahan pengguna dalam memahami dan membiasakan diri dengan antarmuka, meraih skor 1,69. Kedua aspek ini juga dikategorikan sebagai "Above Average", melampaui 50% produk pembanding. Skor Daya Tarik yang baik mengonfirmasi bahwa tampilan visual *landing page* MataSehatKu dinilai menyenangkan dan disukai oleh pengguna. Didukung

dengan skor Kejelasan yang tinggi, ini menunjukkan bahwa desain yang menarik tersebut tidak mengorbankan fungsionalitas; pengguna dapat dengan mudah memahami struktur navigasi dan konten yang disajikan, sehingga tidak merasa kebingungan saat berinteraksi dengan *prototype* (Bach et al., 2022; Nasution & Nusa, 2021; Sudirjo et al., 2024).

Secara keseluruhan, temuan dari keenam aspek UEQ ini memberikan validasi yang kuat bahwa rancangan *prototype UI landing page* MataSehatKu telah berhasil dan siap untuk dilanjutkan ke tahap pengembangan (development) sistem yang lebih lanjut. Hasil penelitian ini juga menggarisbawahi perbedaan strategis antara alat evaluasi. Sebagaimana disebutkan, *System Usability Scale* (SUS) lebih tepat digunakan untuk pengujian tahap awal guna mengumpulkan *feedback* cepat untuk perbaikan iteratif (Alzahrani & Alnanih, 2020; Assila et al., 2016). Sebaliknya, penggunaan UEQ pada penelitian ini terbukti efektif sebagai alat evaluasi akhir yang lebih komprehensif. Skor rata-rata yang konsisten berada di level "Above Average" hingga "Excellent" menunjukkan bahwa *prototype* ini telah berhasil mencapai tingkat kualitas pengalaman pengguna yang sangat baik dari sudut pandang pengguna yang mencobanya, dan siap untuk diimplementasikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menerapkan metode *design thinking* dalam menganalisa kebutuhan pengguna hingga menghasilkan rancangan desain *user interface* untuk *landing page* MataSehatKU. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan UEQ, diperoleh bahwa pengalaman pengguna dari *prototype* yang telah dirancang menghasilkan nilai sebagai berikut: skala daya tarik, kejelasan, stimulasi, dan kebaruan berada pada tingkatan di atas rata-rata, skala efisiensi berada pada tingkatan baik, dan skala ketepatan berada pada tingkatan luar biasa. Dengan demikian, menunjukkan bahwa rancangan desain *user interface* untuk *landing page* MataSehatKU yang diusulkan berdasarkan skala UEQ memiliki pengalaman pengguna yang positif karena semua skala diatas 0,78. Selain itu, hasil *usability testing* dengan menggunakan *system usability scale* (SUS) diperoleh nilai 84,6 yang berdasarkan skala SUS menunjukkan hasil yang baik sekali atau 'A'. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil memberikan rancangan desain *user interface* dan pengalaman pengguna yang baik untuk *website landing page* MataSehatKU

DAFTAR PUSTAKA

- Alzahrani, H., & Alnanih, R. (2020). A Design Study To Improve User Experience Of A Procedure Booking Software In Healthcare. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(11). <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2020.0111132>
- Arifin, Moh. F. S. et al. (2025). Pembentukan Kesadaran Beragama Peserta Didik Kelas XII B Dengan Menggunakan Alat Kontrol (Google Sites Dan Scan It To Office) Di SMA Negeri 87 Jakarta. *LEARNING Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(3), 1352. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i3.6644>
- Assila, A. et al. (2016). Standardized Usability Questionnaires: Features And Quality Focus. *HAL (Le Centre Pour La Communication Scientifique Directe)*. <https://hal-uphf.archives-ouvertes.fr/hal-03400437>
- Bach, B. et al. (2022). Dashboard Design Patterns. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 1. <https://doi.org/10.1109/tvcg.2022.3209448>
- Chandraswara, B. N., & Rifai, M. (2021). Hubungan Antara Usia, Jarak Penglihatan Dan Masa Kerja Dengan Keluhan Kelelahan Mata Pada Pembatik Di Industri Batik Tulis

- Srikuncoro Dusun Giriloyo Kabupaten Bantul. *Promotif : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11(1), 38–44. <https://doi.org/10.56338/pjkm.v11i1.1516>
- Haibanissa, S. et al. (2022). Dampak Bermain Game Online Terhadap Kualitas Tidur Pada Remaja SMA. *JKEP*, 7(2), 201. <https://doi.org/10.32668/jkep.v7i2.968>
- Ibrahim, E. N. M., & Aziz, E. A. A. A. (2022). Exploring The User Experience (UX) Of University Learning Management System (LMS). *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 11(3). <https://doi.org/10.6007/ijarped/v11-i3/14454>
- Kaewkitipong, L. et al. (2023). Augmented Spirituality: Renewing Human Spirituality In A Technology-Driven World? *Computers in Human Behavior*, 148, 107904. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107904>
- Melati, I. S. et al. (2025). Efektivitas Psikoedukasi Adolescent Smartphone Addiction Program Terhadap Penurunan Kecanduan Smartphone Pada Remaja SMP. *LEARNING Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(3), 1260. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i3.6637>
- Moura, J. et al. (2020). A Mobile App To Support Clinical Diagnosis Of Upper Respiratory Problems (eHealthResp): Co-Design Approach. *Journal of Medical Internet Research*, 23(1). <https://doi.org/10.2196/19194>
- Munandar, F., & Santoso, H. B. (2025). User Interface Improvement By Evaluating Usability And User Experience: Case Study Of Indonesia's Government Financial Management Information System. *Indonesian Journal of Computer Science*, 14(1). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v14i1.4630>
- Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.35877/jetech532>
- Nawir, F., & Hendrawan, S. A. (2024). The Impact Of Website Usability And Mobile Optimization On Customer Satisfaction And Sales Conversion Rates In E-Commerce Businesses In Indonesia. *The Eastasouth Journal of Information System and Computer Science*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.58812/esiscs.v2i01.324>
- Oktavia, T. et al. (2024). Mobile Service Quality's Impact On Customer Repurchase Intention In Food And Beverage Mobile Applications. *HighTech and Innovation Journal*, 5(3), 703. <https://doi.org/10.28991/hij-2024-05-03-011>
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- SAE, S. Y. (2023). Pemanfaatan Media Pembelajaran Dapat Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Kelas IX. 2 SMP Negeri 1 Soe. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 3(2), 64. <https://doi.org/10.51878/social.v3i2.2408>
- Sudirjo, F. et al. (2024). Application Of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface And Customer Satisfaction On Banking Mobile Application. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 7. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.465>
- Suryanto, A. et al. (2025). Is Fintech A Friend Or Foe? Mediating Effects In The Journey From Literacy To Financial Behavior. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 23(1), 307. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2025.023.1.18>
- Veral, R., & Macías, J. A. (2018). Supporting User-Perceived Usability Benchmarking Through A Developed Quantitative Metric. *International Journal of Human-Computer Studies*, 122, 184. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2018.09.012>