

Perancangan UI/UX Website Promosi Kos-Kosan Menggunakan Pendekatan Design Thinking

Nadya Satya Handayani*, Kawan Pandiangan**, Muhammad Farhan Basri**, Novia Ernawati
Sitohang**, Desi Mulia Putri**, M. Syafiq Naufal**, Alrifan Rahardyan Ihsan**

* Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

** Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

Article Info

Article history:

Received Jul 1st, 2026

Revised Jul 20^h, 2026

Accepted Jul 29th, 2026

Keyword:

Boarding House Promotion
Design Thinking
Interactive Digital Media
UI/UX Website

ABSTRACT

The increasing use of digital technology has transformed promotional strategies, including in the boarding house industry. High population mobility in Batam City has created a growing demand for accessible and informative boarding house promotions. This study is focused on creating an interactive that will be used to promote boarding houses. A descriptive quantitative method was employed through questionnaires to identify user needs and preferences. The results were utilized to inform the design process through the Design Thinking method, which consists of the stages: empathize, define, ideate, prototype and test. The resulting website provides information on prices, facilities, locations, photos, and videos, enabling prospective tenants to obtain more comprehensive and up-to-date information. The website also offers a simple and integrated interface for both tenants and boarding house owners. The developed platform is expected to enhance promotional effectiveness and support users in finding suitable accommodation.

Corresponding Author:

Muhammad Farhan Basri,
Multimedia Engineering Technology,
Batam State Polytechnic,
Ahmad Yani St, Teluk Tering, Kec Batam Kota, Batam, Riau Island, 29461, Indonesia
Email: basriiifarhan@gmail.com

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital memacu perubahan di berbagai bidang bisnis, salah satunya adalah cara promosi yang kini lebih banyak menggunakan internet sebagai sarana utama[1]. Transformasi tersebut mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi, sehingga media digital menjadi sarana utama dalam kegiatan promosi. Perubahan ini turut mempengaruhi strategi promosi yang kini semakin bergantung pada media digital sebagai sarana utama dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemanfaatan *digital marketing* dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan promosi secara lebih efektif serta menjangkau konsumen secara lebih luas melalui internet [3]. Akses internet yang semakin mudah mendorong pergeseran strategi promosi dari media konvensional ke media digital yang lebih interaktif. Salah satu media yang banyak digunakan adalah website karena mampu menjangkau audiens secara luas, cepat, dan efektif. *Website* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang mampu menyampaikan informasi kepada konsumen secara luas melalui internet. [4].

Dalam hal pencarian hunian sementara seperti kos-kosan, penggunaan internet telah menjadi salah satu cara yang umum digunakan oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Sistem pencarian kost berbasis web dapat membantu mahasiswa dan pekerja dalam memilih kos yang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan menyediakan informasi seperti lokasi, fasilitas serta harga kos [6]. Calon penghuni umumnya membandingkan berbagai pilihan kos berdasarkan lokasi, harga, dan fasilitas sebelum menentukan pilihan. Ketersediaan informasi yang lengkap dan mudah diakses melalui media digital mampu meningkatkan efisiensi proses pencarian hunian menjadi lebih praktis, efisien, dan membantu pengguna mengambil keputusan tanpa harus melakukan survei langsung.

Kota Batam adalah salah satu kota yang bergerak di bidang industri dan pendidikan, dan memiliki jumlah orang yang pindah tempat tinggal cukup banyak. Perkembangan sektor industri dan perdagangan membuat kota ini menjadi tempat tujuan bagi orang dari berbagai daerah untuk mencari pekerjaan atau melanjutkan studi. Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Batam, selama tahun 2025 terdapat sekitar 98.915 orang penduduk yang pindah ke Kota Batam, yang menunjukkan bahwa arus migrasi ke wilayah tersebut cukup tinggi [10]. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan terhadap hunian sementara, khususnya rumah kos. Di sisi lain, promosi kos-kosan yang ada saat ini masih banyak dilakukan secara konvensional dan tidak terorganisir dengan baik, sehingga informasi yang diterima calon penghuni seringkali tidak lengkap, tidak akurat, dan sulit dibandingkan satu sama lain. Mayoritas calon penghuni berasal dari usia yang aktif bekerja dan mempunyai kemampuan dalam menggunakan teknologi, sehingga tersedianya informasi yang mudah diperoleh dan berisi menjadi penting dalam proses mencari tempat tinggal sementara.

Seiring dengan kebutuhan tersebut, pemanfaatan media digital berbasis *website* dapat menjadi solusi dalam menyediakan informasi kos-kosan secara lebih efektif dan efisien. Media digital interaktif memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi secara lebih lengkap, menarik, dan mudah diakses oleh pengguna [2]. Berdasarkan hal tersebut, *website* yang dirancang dilengkapi dengan fitur foto dan video untuk membantu calon penghuni melihat kondisi kos secara lebih detail. Informasi yang disajikan secara terstruktur dan sesuai kondisi aktual diharapkan dapat memudahkan pengguna dalam menentukan pilihan hunian, sekaligus menjadi sarana promosi yang efektif bagi pemilik kos dalam memperluas jangkauan pemasaran.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pengguna terhadap media promosi kos-kosan melalui survei. Hasil tersebut kemudian dijadikan dasar untuk merancang media digital interaktif serta konten promosi dengan menerapkan pendekatan *Design Thinking*. Pendekatan ini terdiri dari lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* [11]. Pendekatan *Design Thinking* dipilih karena menekankan pada kebutuhan pengguna, sehingga media yang dibuat tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga memberikan pengalaman yang nyaman dan efektif. Media tersebut dirancang sesuai dengan sifat dan karakteristik audiens target, terutama generasi muda yang menjadi calon pengguna utama dari layanan kos-kosan di Kota Batam.

2. RESEARCH METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, yaitu pendekatan yang memperhatikan kebutuhan pengguna untuk menciptakan solusi yang efektif dan kreatif. Metode *Design Thinking* dipilih karena fokusnya pada kebutuhan pengguna, sehingga bisa menghasilkan solusi yang cocok dengan apa yang diinginkan pengguna melalui tahap-tahap yang diulang-ulang [9]. *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan ini bisa diulang beberapa kali, sehingga mendapatkan hasil yang terbaik.

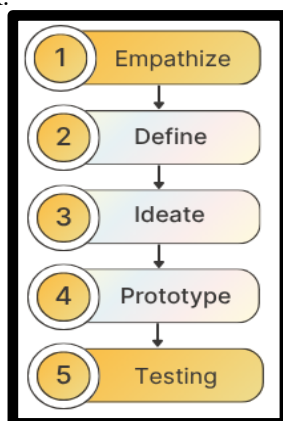


Figure 1. Metode Design Thinking

Tahap *testing* dilakukan melalui pengujian prototipe dan observasi untuk memperoleh umpan balik pengguna sebagai dasar penyempurnaan desain agar sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman pengguna. Observasi adalah cara mengumpulkan data dengan mengamati langsung fenomena atau tindakan seseorang ditempat aslinya, sehingga informasi yang didapat jujur dan terperinci. [12]. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai referensi yang relevan, meliputi teori *UI/UX*, *visual branding*, strategi pemasaran, pemasaran digital, media digital interaktif, dan *website*, yang digunakan sebagai landasan

teori yang kuat dalam merancang *prototype* sesuai kebutuhan pengguna [13]. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan kepada responden yang merupakan calon pengguna, seperti mahasiswa dan pekerja yang sedang mencari kos-kosan, menggunakan skala *Likert* untuk mengukur tingkat persetujuan pada aspek tampilan visual, kelengkapan informasi, kemudahan dalam penggunaan, serta pengalaman pengguna, yang kemudian diolah dengan menggunakan teknik statistik deskriptif [12]. Selain itu, lembar validasi pengujian digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data evaluasi produk berdasarkan penilaian para ahli, disusun dalam bentuk kuesioner skala *Likert* yang mencakup tingkat kesesuaian, kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, serta efektivitas media yang dikembangkan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu panduan untuk wawancara berbasis *expert judgement* dan kuesioner yang berupa skala kemudahan pengguna sistem (*System Usability Scale/SUS*).

Table 1. Panduan Wawancara *Expert Judgement*

No	Pertanyaan
1.	Bagaimana pendapat anda mengenai tampilan prototype website ini?
2.	Apakah navigasi atau menu pada website mudah dipahami dan digunakan?
3.	Apakah informasi yang ditampilkan sudah cukup jelas dan lengkap?
4.	Bagaimana pendapat anda mengenai penggunaan foto dan video pada website?
5.	Fitur apa yang menurut anda paling berguna dalam website ini?
6.	Apakah ada bagian dari website yang membingungkan atau sulit digunakan?
7.	Apakah website ini membantu mempermudah pencarian kos dibanding cara biasa?
8.	Apakah tampilan warna pada website enak dilihat dan mudah dipahami?
9.	Apakah ikon-ikon website mudah dipahami?
10.	Apa saran anda agar website promosi kos-kosan ini menjadi lebih baik?

Table 2. Kuesioner *System Usability Scale (SUS)*

No	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya berpikir akan menggunakan website ini kembali di kemudian hari.					
2	Saya merasa website ini terlalu rumit untuk digunakan.					
3	Saya merasa website ini mudah digunakan untuk mencari informasi kos-kosan.					
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain untuk menggunakan website ini.					
5	Saya merasa fitur-fitur pada website ini berjalan dengan baik dan sesuai kebutuhan.					
6	Saya merasa terdapat banyak hal yang tidak konsisten pada website ini.					

No	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
7	Saya merasa pengguna baru dapat memahami cara menggunakan website ini dengan cepat.					
8	Saya merasa tampilan dan navigasi website ini membingungkan.					
9	Saya tidak mengalami hambatan saat menggunakan website ini.					
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu untuk menggunakan website ini dengan baik.					

Skala *Likert* yang digunakan dalam kuesioner SUS memiliki tingkat respon, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS). Skor SUS dihitung menggunakan rumus standar di mana total skor dikalikan dengan 2,5 sehingga menghasilkan nilai dalam rentang 0 hingga 100. Nilai SUS yang mencapai 68 atau lebih disebut sebagai *acceptable*, sehingga *prototype* dianggap layak digunakan oleh pengguna.

3. RESULTS AND ANALYSIS

Berdasarkan identifikasi masalah dan kebutuhan pengguna yang ditemukan pada tahap *empathize* dan *define*, diperoleh solusi berupa desain media digital interaktif berupa website yang digunakan sebagai sarana promosi kos-kosan di Batam. Selanjutnya, pada tahap *ideate* dihasilkan beberapa rancangan awal, meliputi *moodboard*, *sitemap*, *wireframe*, desain logo, konten promosi, serta desain antarmuka halaman beranda. Rancangan tersebut kemudian dikembangkan pada tahap implementasi menjadi desain antarmuka secara keseluruhan dan *prototype* interaktif yang siap diuji kepada pengguna.

3.1. Empathize

Tahap *empathize* pada metode Design Thinking dilakukan untuk memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna, yaitu pemilik kos dan mahasiswa sebagai calon penghuni, serta mengidentifikasi kompetitor melalui observasi dan survei. Hasil dari tahap ini berupa analisis SWOT yang disajikan pada gambar 2 digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan.



Figure 2. Analisis SWOT

3.2. Define

Tahap *define* bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh mahasiswa sebagai penghuni kos dan pemilik kos, dengan cara membuat *user persona* yang meliputi *background*, *goals*, *pain points*, dan *needs*. Hasil dari tahap ini ditampilkan pada gambar 3 sebagai referensi dalam merancang solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.



Figure 3. User Persona penghuni Kos dan Pemilik Kos

3.3. Ideate

Tahap *ideate* dilakukan dengan mengembangkan berbagai alternatif solusi berdasarkan hasil analisis SWOT dan *user persona*. Pada tahap ini dihasilkan beberapa konsep awal yang meliputi *moodboard*, sketsa logo, *user flow*, *wireframe*, serta konsep *copywriting* dan konten promosi. Sketsa logo dirancang untuk membentuk identitas visual platform Kos Kite, dilakukan eksplorasi beberapa alternatif desain logo sebagai identitas visual platform Kos Kite. Proses ini menghasilkan sketsa logo yang mengusung konsep hunian dengan bentuk atap rumah bergaya minimalis, yang dipilih karena mampu merepresentasikan karakter platform secara sederhana dan mudah dikenali.

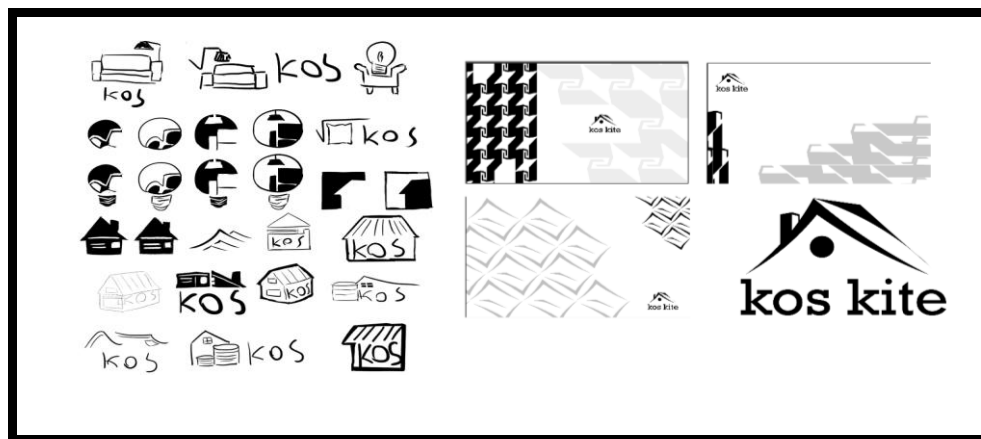


Figure 4. Sketsa logo

Flowchart dirancang untuk menggambarkan alur penggunaan website berdasarkan kebutuhan pengguna. Alur ini mencakup proses pencarian kos melalui fitur pencarian dan filter, melihat informasi detail kos, menghubungi pemilik kos, serta proses pemasangan iklan oleh pemilik kos melalui pengisian data dan verifikasi. Flowchart tersebut menjadi dasar dalam penyusunan struktur dan navigasi website. Selain perancangan identitas visual, tahap *ideate* juga menghasilkan *wireframe* sebagai kerangka dasar antarmuka website. Wireframe disusun berdasarkan alur pengguna dan kebutuhan fungsional, yang mencakup halaman beranda, daftar kos, detail kos, serta halaman pemasangan iklan. Wireframe ini berfungsi sebagai pedoman dalam proses membuat desain antarmuka dan pembuatan prototipe pada tahap berikutnya.

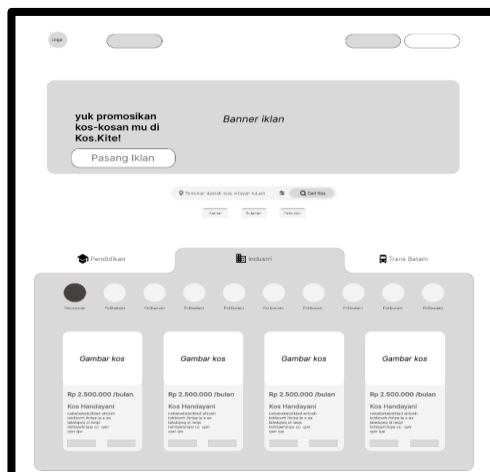


Figure 5. Wireframe UI

3.4. Prototype

Logo Kos Kite dirancang sebagai identitas visual platform pencarian kos-kosan bagi mahasiswa dan pekerja di Kota Batam. Logo mengusung bentuk atap rumah bergaya minimalis dengan tipografi sans-serif dan palet warna bernuansa hangat untuk memberikan kesan modern, nyaman, dan terpercaya, serta disediakan dalam beberapa variasi warna untuk menjaga konsistensi pada berbagai media promosi.



Figure 6. Logo

Perancangan antarmuka diawali dengan pembuatan *wireframe* sebagai representasi awal struktur halaman, navigasi, dan alur interaksi pengguna. Setelah menyelesaikan evaluasi dan diskusi dengan klien, dilakukan beberapa penyesuaian terhadap tata letak dan komponen antarmuka guna menciptakan desain yang lebih responsif dan konsisten pada perangkat desktop maupun mobile. Desain akhir dikembangkan dengan menambahkan elemen visual seperti warna identitas, foto kos, ikon, dan hierarki visual yang lebih jelas. Antarmuka website mencakup halaman Homepage, Listing Kos, Detail Kos, Pasang Iklan, Dashboard, Chat, Profile Page, dan Daftar Akun, yang dirancang untuk memberikan pengalaman penggunaan yang modern, informatif, dan mudah digunakan oleh pencari maupun pemilik kos. Hasil desain antarmuka ditunjukkan pada Gambar 11.

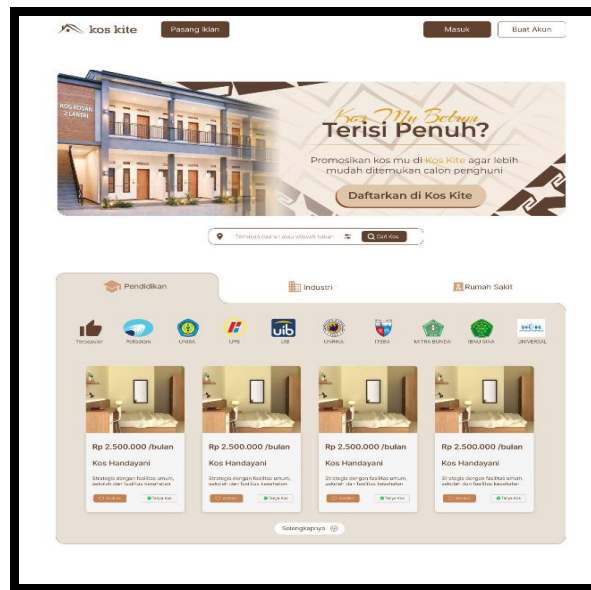


Figure 7. Homepage

3.5. Test

Setelah prototype website kos-kosan berhasil dirancang, tahap berikutnya adalah melakukan pengujian untuk memastikan produk yang dikembangkan telah sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian ini difokuskan pada penilaian terhadap tampilan UI/UX website, mencakup aspek kemudahan navigasi, kesesuaian visual, serta kemampuan website dalam menyampaikan informasi kos-kosan secara efektif kepada pengguna. Hasil pengujian ini selanjutnya menjadi dasar dalam mengukur efektivitas prototype sebagai sarana promosi hunian di Kota Batam.

Pengujian tahap pertama dilakukan dengan cara wawancara kepada Ibu Sukma Evadini, S.T., M.Kom. selaku *expert judge* untuk menilai kualitas prototype website Kos Kite. Penilaian dilakukan melalui lembar wawancara terstruktur yang mencakup seluruh aspek evaluasi, meliputi tampilan antarmuka, navigasi, kelengkapan informasi, dan potensi pengembangan website. Hasil wawancara expert judge disajikan pada Tabel 3.

Table 3. Hasil Wawancara *Expert Judge*

No	Aspek Penilaian	Hasil Penilaian
1	Tampilan prototype website	Prototype memiliki tampilan yang menarik, modern, dan mudah dipahami. Tata letak setiap elemen sudah terlihat rapi dan konsisten.
2	Navigasi atau menu website	Navigasi website mudah digunakan sehingga pengguna dapat berpindah halaman tanpa mengalami kesulitan. Susunan menu dinilai sudah jelas.
3	Kelengkapan informasi	Informasi yang disajikan sudah cukup lengkap untuk membantu pengguna memilih kos sesuai kebutuhannya. Beberapa informasi tambahan masih dapat dikembangkan.
4	Penggunaan foto dan video	Foto yang ditampilkan mampu memberikan gambaran kondisi kos dengan baik. Penambahan video dinilai dapat meningkatkan daya tarik website.
5	Fitur paling membantu	Fitur pencarian dan filter kos merupakan fitur yang paling membantu pengguna dalam menemukan kos sesuai kriteria yang diinginkan.
6	Bagian yang membingungkan	Secara umum tampilan mudah dipahami, namun beberapa ikon dan tombol perlu dibuat lebih jelas agar tidak menimbulkan kebingungan.

7	Kemudahan pencarian kos	Proses pencarian kos dinilai mudah dan cepat digunakan. Filter pencarian juga membantu pengguna memperoleh hasil yang lebih sesuai.
8	Tampilan warna website	Kombinasi warna website sudah nyaman dipandang dan sesuai dengan tema promosi kos. Warna yang digunakan juga mendukung keterbacaan informasi.
9	Kejelasan icon website	Ikon yang digunakan sudah cukup mudah dikenali dan sesuai dengan fungsinya. Beberapa ikon dapat dilengkapi dengan label agar lebih jelas.
10	Saran pengembangan	Website disarankan untuk menambahkan filter berdasarkan harga dan fasilitas, fitur pemesanan (<i>booking</i>) secara langsung, serta fitur chat yang terintegrasi dengan pemilik kos agar proses pencarian dan pemesanan menjadi lebih mudah, cepat, dan interaktif.

Berdasarkan Tabel 3, hasil wawancara *expert judge* menunjukkan bahwa prototype website Kos Kite dinilai baik dan layak dari segi tampilan, navigasi, penggunaan foto, serta fungsionalitas. Tampilan website dinilai menarik dan profesional, navigasi mudah dipahami, dan fitur pencarian berdasarkan lokasi terdekat menjadi fitur yang paling membantu pengguna dalam mencari kos. Website juga dinilai lebih memudahkan proses pencarian dibandingkan cara konvensional.

Expert memberikan beberapa saran pengembangan, yaitu penambahan filter berdasarkan harga dan fasilitas, fitur pemesanan (*booking*) secara langsung, serta fitur chat yang terintegrasi dengan pemilik kos agar proses pencarian dan pemesanan menjadi lebih mudah, cepat, dan interaktif. Masukan tersebut menjadi acuan dalam penyempurnaan produk pada tahap pengembangan berikutnya.

Selain dilakukan evaluasi oleh *expert judge*, juga dilakukan pengujian terhadap tingkat *usability* menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS). Pengujian dilakukan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 10 pernyataan, dengan skala Likert 1 hingga 5, dan pernyataan tersebut disusun secara bergantian antara positif dan negatif. Kuesioner diberikan kepada mahasiswa rantau dan pemilik kos setelah mereka mencoba prototype website Kos Kite untuk mengukur tingkat kegunaan sistem dari perspektif pengguna.

a. Profil Responden

Berdasarkan kuesioner SUS yang disebarakan kepada pengguna setelah mencoba *prototype website* Kos Kite, diperoleh sebanyak 32 responden yang berpartisipasi mengisi kuesioner secara lengkap. Responden terdiri dari tiga kategori, yaitu mahasiswa penghuni kos, masyarakat umum, dan pemilik kos. Mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa penghuni kos, yaitu sebanyak 22 orang (68,8%), diikuti oleh masyarakat umum sebanyak 8 orang (25,0%), dan pemilik kos sebanyak 2 orang (6,2%). Komposisi ini menunjukkan bahwa hasil pengujian sebagian besar mencerminkan sudut pandang pengguna utama, yaitu mahasiswa, yang menjadi target pasar utama dari produk *website* Kos Kite.

b. Statistik Deskriptif Per Pertanyaan

Kuesioner SUS terdiri dari 10 pernyataan menggunakan skala Likert dengan nilai 1 hingga 5, di mana 1 berarti Sangat Tidak Setuju (STS), 2 berarti Tidak Setuju (TS), 3 berarti Netral (N), 4 berarti Setuju (S), dan 5 berarti Sangat Setuju (SS). Pernyataan disusun bergantian antara pernyataan positif (P1, P3, P5, P7, P9) dan pernyataan negatif (P2, P4, P6, P8, P10). Hasil rekapitulasi jawaban dari 32 responden untuk setiap pernyataan disajikan pada Tabel 4.

Table 4. Statistik Deskriptif Per Pertanyaan Kuesioner SUS

Resp.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	SKOR KONTRIBUSI	SKOR SUS
1	5	3	4	5	4	3	4	2	4	3	25	62,50
2	3	2	4	2	4	2	4	2	4	3	28	70,00
3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	18	45,00
4	5	3	4	2	3	4	3	2	4	3	25	62,50
5	4	1	5	1	4	1	4	1	5	1	37	92,50
6	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100,00
7	4	2	5	1	4	2	5	2	3	4	30	75,00
8	4	2	4	3	4	4	4	2	4	2	27	67,50
9	4	2	5	2	4	1	3	2	3	5	27	67,50
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
32	5	2	5	3	4	2	3	3	4	4	27	67,50
rata-rata												75,86

Skor SUS dihitung dengan mengubah setiap jawaban responden menjadi skor kontribusi berdasarkan formula standar SUS. Untuk pernyataan positif (P1, P3, P5, P7, P9) skor kontribusi dihitung dengan mengurangi nilai jawaban dengan 1. Sementara untuk pernyataan negatif (P2, P4, P6, P8, P10) skor kontribusi dihitung dengan mengurangi 5 dengan nilai jawaban. Seluruh skor kontribusi kemudian dihitung secara total dan dikalikan dengan 2,5 sehingga diperoleh skor SUS akhir skor SUS akhir untuk setiap responden, dengan rentang nilai antara 0 sampai 100 [14]. Adapun rumus yang digunakan dalam perhitungan skor SUS adalah sebagai berikut:

1. Skor kontribusi pernyataan positif (P1, P3, P5, P7, P9):

$$\text{Skor Positif} = x_i - 1 \dots\dots\dots(1)$$
2. Skor kontribusi pernyataan negatif (P2, P4, P6, P8, P10):

$$\text{Skor Negatif} = 5 - x_i \dots\dots\dots(2)$$
3. Skor SUS akhir tiap responden

$$\text{Skor SUS} = (\sum \text{Skor Kontribusi}) \times 2,5 \dots\dots\dots(3)$$
4. Rata-rata skor SUS keseluruhan responden

$$\text{Rata-rata SUS} = (\sum \text{Total skor SUS Responden}) / n \dots\dots\dots(4)$$

$$\text{Rata-rata SUS} = (62,50 + 70,00 + 45,00 + 62,50 + \dots + 72,50 + 67,50) / 32 = 75,86$$

Keterangan: x_i = nilai jawaban responden pada butir pernyataan ke- i ; n = jumlah responden.

Berdasarkan perhitungan menggunakan formula standar SUS, diperoleh rata-rata skor SUS keseluruhan sebesar 75,86 dari 32 responden. Nilai tersebut berada di atas ambang batas minimum yang ditetapkan, yaitu 68 [14], sehingga prototype website Kos Kite dikategorikan sebagai *acceptable* dan dinilai layak digunakan oleh pengguna. Berdasarkan skala penilaian SUS skor di rentang 74–80,3 termasuk dalam kategori *Good* [14], yang artinya pengguna merasa nyaman dan tidak ada hambatan saat menggunakan website tersebut.

Hasil pengujian SUS menunjukkan bahwa kebanyakan responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, serta konsistensi fitur pada website Kos Kite. Beberapa responden memperoleh skor maksimum sebesar 100, yang menandakan kepuasan penuh terhadap seluruh aspek usability. Sementara itu, terdapat beberapa responden yang memberikan skor di bawah 68, seperti responden ke-3 dengan skor 45,00, yang mengindikasikan masih terdapat beberapa aspek usability yang perlu ditingkatkan. Hal ini sejalan dengan rekomendasi dari tahap *expert judgement* yang menyarankan penambahan fitur ulasan pengguna, filter pencarian yang lebih lengkap, dan fitur *booking* langsung sebagai penyempurnaan pada iterasi desain berikutnya.

Secara keseluruhan, hasil pengujian baik melalui *expert judgement* maupun kuesioner SUS menunjukkan bahwa prototype website Kos Kite telah memenuhi standar *usability* yang baik dan bisa diterima oleh pengguna sebagai sarana promosi dan pencarian kos-kosan di Kota Batam. Rata-rata skor SUS sebesar 75,86 mengindikasikan bahwa website ini memiliki tingkat kegunaan yang baik serta mampu memberikan pengalaman pengguna yang positif, khususnya bagi mahasiswa sebagai kelompok pengguna utama. Temuan ini mengonfirmasi bahwa pendekatan *Design Thinking* yang diterapkan dalam penelitian ini efektif dalam menghasilkan produk digital yang berpusat pada kebutuhan pengguna. Meskipun demikian, masukan dari pengujian ini menjadi dasar penting bagi pengembangan lanjutan agar website Kos Kite dapat terus ditingkatkan kualitas dan fungsionalitasnya.

4. CONCLUSION

Penelitian ini menghasilkan rancangan media digital interaktif berupa website Kos Kite sebagai sarana promosi kos-kosan di Kota Batam, yang dikembangkan melalui pendekatan *Design Thinking*. Melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, kebutuhan pengguna dapat diidentifikasi dan diterjemahkan ke dalam rancangan antarmuka lebih informatif, mudah digunakan, serta mampu menyajikan informasi kos secara lengkap, mulai dari harga, fasilitas, lokasi, hingga dokumentasi berupa foto, dan video. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan mampu menghasilkan media promosi digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan calon penghuni maupun pemilik kos.

Berdasarkan hasil pengujian, Prototype website mendapatkan respon yang positif dari pengguna. Evaluasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS) terhadap 32 responden menghasilkan nilai rata-rata sebesar 75,86, yang termasuk dalam kategori *Good* dan berada pada tingkat *Acceptable*. Selain itu, hasil *expert judgement* menunjukkan bahwa desain antarmuka, navigasi dan penyajian informasi telah memenuhi kebutuhan pengguna, meskipun masih terdapat beberapa masukan terkait filter pencarian yang lebih lengkap, ulasan pengguna serta fitur *booking*. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan media promosi digital untuk hunian dengan menggabungkan prinsip UI/UX dan pendekatan Desain Thinking sehingga menghasilkan rancangan website yang berorientasi pada pengalaman pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembang maupun pemilik kos dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang lebih efektif. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pengujian hanya dilakukan pada tahap prototype dengan jumlah responden yang terbatas serta berfokus pada wilayah Kota Batam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan website menjadi sistem yang dapat diimplementasikan secara langsung dengan dukungan basis data, fitur *booking*, sistem pembayaran, ulasan pengguna serta melakukan pengujian pada jumlah responden yang lebih besar agar efektivitas sistem dapat dievaluasi secara lebih komprehensif.

REFERENCES

- [1] Hanan and Pramono, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business," *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 124–133, Apr. 2023, doi: <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.411>.
- [2] Ikhsan, "Pengertian dan Kelebihan Digital Marketing Beserta Contohnya," *Sasana Digital*, Jun. 21, 2023. <https://sasanadigital.com/apa-yang-dimaksud-dengan-digital-marketing/>
- [3] S. Maharani and Nazmah, "Efektifitas Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kel. Siti Rejo," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 6, no. 3, pp. 357–357, Jun. 2023, doi: <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i3.30742>.
- [4] A. N. Nugroho, A. A. A. Faruqi, A. Amirudin, and R. Andriani, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Toko Service Star," *Intechno Journal (Information Technology Journal)*, vol. 5, no. 1, pp. 27–32, Jul. 2023, doi: <https://doi.org/10.24076/intechnojournal.2023v5i1.1574>.
- [5] Z. A. Prinanda and E. G. Wahyuni, "PERANCANGAN UI/UX CREATORKU DENGAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)," *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, vol. 4, no. 7, pp. 4308–4317, Jul. 2025, doi: <https://doi.org/10.58344/locus.v4i7.4129>.
- [6] R. Ramdana and Muliadi, "Perancangan Sistem Pencarian Kost Berbasis Web di Kota Makassar Menggunakan Metode Prototype," *JASIEK (Jurnal Aplikasi Sains, Informasi, Elektronika dan Komputer)*, vol. 5, no. 2, pp. 91–100, Dec. 2023, doi: <https://doi.org/10.26905/jasiek.v5i2.11574>.
- [7] A. F. Yuza, R. A. Febrian, Nurman, and M. R. Purnama, "Implementasi Program Sistem Informasi Pelayanan Terpadu Kependudukan Kota Pekanbaru," *Jurnal Kajian Pemerintah: Journal of Government, Social and Politics*, vol. 11, no. 1, pp. 110–115, Feb. 2025, doi: [https://doi.org/10.25299/jkp.2025.vol11\(1\).21468](https://doi.org/10.25299/jkp.2025.vol11(1).21468).
- [8] S. Nurani, R. D. Arista, and Hermansyah, "Desain UI/UX Aplikasi Website Pemesanan Foto Studio Menggunakan Metode Design Thinking," *Journal of Informatics Management and Information Technology*, vol. 5, no. 3, pp. 211–222, Jul. 2025, doi: <https://doi.org/10.47065/jimat.v5i3.676>.

- [9] Sofwatillah, Risnita, M. S. Jailani, and D. A. Saksitha, "TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH," *Jurnal Genta Mulia*, vol. 15, no. 2, pp. 79–91, 2024, Available: <https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/1147>
- [10] A. s, "Arus Pendatang ke Batam Masih Tinggi, 98.915 Jiwa Masuk Selama 2025 – Metropolis," *Metropolis*, Dec. 17, 2025. <https://metropolis.batampos.co.id/arus-pendatang-ke-batam-masih-tinggi-98-915-jiwa-masuk-selama-2025/>
- [11] P. Ramadhan, S. Wahyuni, and R. R. Putra, "Metode Design Thinking Dalam Design UI/UX Web Profile Maka Studio Berbasis Prototype," *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 14, no. 2, pp. 1541–1549, Jul. 2025, doi: <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15063>.
- [12] S. Romdona, S. Senja, and A. Gunawan, "TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER," *Deleted Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 39–47, Jan. 2025, doi: <https://doi.org/10.61787/taceee75>.
- [13] R. E. Hamidullah, U. Sunarsih, and R. G. Mais, "Analisis Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak: Studi Literatur Review," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 10, no. 4, 2025, doi: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.26407>.
- [14] R. G. G. Alam and P. R. Kurniasih, "Penggunaan Metode System Usability Scale (SUS) pada Aplikasi SIMAMURAT," *JSAI: Journal Scientific and Applied Informatics*, vol. 7, no. 2, pp. 189–197, 2024