

## Perancangan Ulang UI dan UX Website Rumah Bersalin Cuma Cuma untuk Calon Donatur di Kota Bandung

Diwan Setiawan, Faiz Firmansyah, Nichi Hana Karlina

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain,  
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: diwansetiawan@unibi.ac.id; faizfirmansyah@gmail.com; nichihana@unibi.ac.id

---

Diterima:  
17 April 2024

Diterima Setelah Revisi:  
24 April 2024

Dipublikasikan:  
29 April 2024

---

### Abstrak

Rumah Bersalin Cuma Cuma, atau biasa disebut Rumah Bersalin Gratis, adalah lembaga kesehatan yang memberikan layanan persalinan dan kesehatan lainnya secara Cuma Cuma kepada ibu dan anak dari kalangan dhuafa. Didirikan pada tahun 2004 dengan dukungan dana ZISWaf, rumah bersalin ini berkomitmen untuk memberikan persalinan yang aman dan nyaman bagi ibu dhuafa. Dalam upaya meningkatkan pelayanan dan keterjangkauan, Rumah Bersalin Cuma Cuma meluncurkan sebuah *website*. Upaya *website* ini menjadi sarana untuk menggalang donasi secara *online* dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang program-program yang dijalankan oleh rumah bersalin tersebut. Perancangan ulang *website* ini dilakukan untuk memperbaiki *user interface* dan *user experience* yang kurang menarik dan informatif. Metode seperti wawancara, observasi, dan kuesioner digunakan untuk memahami masalah-masalah yang dihadapi oleh pengguna saat menggunakan *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma. Dengan perancangan ulang ini, diharapkan citra Rumah Bersalin Cuma Cuma dapat ditingkatkan serta meningkatkan kepuasan dan penilaian positif dari pengguna *website* tersebut.

**Kata Kunci:** Perancangan Ulang, *User Interface*, *User Experience*, *Website*, Donasi.

### Abstract

*Rumah Bersalin Cuma Cuma, or commonly called Free Maternity Home, is a health institution that provides childbirth and other health services free of charge to mothers and children from poor communities. Founded in 2004 with ZISWaf funding support, this maternity home is committed to providing safe and comfortable births for poor mothers. In an effort to improve service and affordability, Rumah Bersalin Cuma Cuma launched a website. This website is a means to raise donations online and provide information to the public about the programs run by the maternity home. This website redesign was carried out to improve the user interface and user experience which was less attractive and informative. Methods such as interviews, observations, and questionnaires are used to understand the problems faced by users when using the Rumah Bersalin Cuma Cuma website. With this redesign, it is hoped that the image of Rumah Bersalin Cuma Cuma can be improved and increase satisfaction and positive assessments from users of the website.*

**Keywords:** Redesign, *User Interface*, *User Experience*, *Website*, Donation

## 1 PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor termasuk dalam bidang pelayanan kesehatan. Rumah Bersalin, sebagai penyedia layanan kesehatan

yang penting dalam perawatan ibu hamil dan persalinan, juga ikut merasakan manfaat positif dari perkembangan teknologi ini. Pada era digital, situs web Rumah Bersalin menjadi sarana utama untuk menyampaikan informasi, mendukung pasien, dan membangun hubungan dengan masyarakat.

Rumah Bersalin memiliki peran penting dalam menyediakan pelayanan kesehatan ibu hamil, persalinan, dan pasien obstetri lainnya. Untuk menjalankan operasional dan memberikan perawatan yang berkualitas, banyak Rumah Bersalin bergantung pada dukungan finansial dari donatur dan masyarakat umum. Oleh karena itu, cara komunikasi yang efektif dengan calon donatur semakin penting. Era digital yang terus berkembang, situs web menjadi sarana utama untuk menyampaikan informasi tentang Rumah Bersalin kepada calon donatur, sehingga hal ini menjadi suatu keharusan.

Wadah digital yang digunakan manusia untuk berbagai macam keperluan salah satunya ialah media *platform* (Eka Yuda Wibawa, 2021). Media *platform* merupakan wadah yang mendukung segala aktivitas di internet, pemasaran secara online, dan pencarian informasi pada sebuah website.

*Website* adalah kumpulan halaman web yang saling berkaitan satu sama lain dalam sebuah nama domain (Tedyyana & Kurniati, 2016). Situs web ini berisikan konten yang dibuat dengan tujuan tertentu seperti untuk berbisnis, portofolio, profil perusahaan, dan lain-lain. Rumah Bersalin Cuma Cuma saat ini memiliki kurang lebih delapan pelayanan untuk ibu dhuafa diantaranya seperti poli kebidanan, poli umum, poli tumbuh kembang bayi, imunisasi, persalinan gratis 24 jam, gawat darurat, penyuluhan kesehatan, dan senam hamil.

Rumah Bersalin Cuma Cuma memiliki media informasi dan komunikasi yang digunakan seperti Instagram, *Website*, Youtube, dan TikTok. Rumah Bersalin Cuma Cuma menggunakan media tersebut untuk memberikan berbagai informasi. Rumah Bersalin Cuma Cuma memiliki keunikan yaitu memberikan pelayanan gratis pada ibu dhuafa. Selain dana yang diberikan oleh *Sinergi Foundation*, Rumah Sakit Bersalin Cuma Cuma juga mengandalkan donasi dari para donatur untuk mendukung pelayanan yang ada di Rumah Bersalin Cuma –Cuma. *Website* yang dimiliki oleh Rumah Bersalin Cuma Cuma memiliki fitur program donasi yang dapat diakses oleh calon donatur yang ingin berdonasi, namun fitur pada *website* tersebut belum maksimal.

Saat ini, tampilan muka (*interface*) pada website Rumah Bersalin Cuma Cuma kurang menarik dan tidak teratur. Keadaan tersebut dapat menyebabkan kurang efektifitasnya jelajah halaman pada *website*. Desain yang kurang menarik juga dapat mempengaruhi citra Rumah Bersalin, yang mengakibatkan kurang minatnya calon donatur.

Menurut pengalaman pengguna, ada permasalahan terkait desain situs web Rumah Bersalin Cuma Cuma. Pengguna menyatakan bahwa tampilan situs tidak teratur dan kurang menarik. Hasil wawancara dengan Kang Fikar, yang bertanggung jawab pada pemasaran dan komunikasi Rumah Bersalin Cuma Cuma mengungkapkan perlu melakukan perancangan ulang terhadap situs web Rumah Bersalin Cuma Cuma. Desain saat ini dinilai belum optimal dalam menyampaikan informasi mengenai donasi. Hal tersebut menjadi pokok permasalahan utama, khususnya ketrgantungan Rumah Bersalin Cuma Cuma pada para donatur. Desain yang kurang efektif dalam mengkomunikasikan informasi tentang donasi dapat menghambat upaya penggalangan dana dan dukungan dari para pengguna situs.

Penulis melakukan analisis desain *interface* menggunakan situs *AttentionInsight* dengan hasil kesulitan yang sedang dengan presentase *heatmap* dari setiap elemen yang berbeda-beda Logo 0,7%, *Menu Bar* 0,3%, *Heading* 32%, *Subheading* 21,1% dan *Hero image* 37%. Kekurangan pada desain *website* di halaman utama ialah tombol donasi karena itu adalah tujuan utama dari *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.

Melihat permasalahan diatas maka diperlukan perancangan ulang *website* untuk media donasi kepada calon donatur yang lebih menarik perhatian dan memiliki tampilan yang nyaman untuk pengguna. Perancangan ulang ini bertujuan untuk mempermudah calon donatur melihat atau mencari informasi yang ada pada *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.

Perancangan ulang ini bertujuan untuk memudahkan calon donatur untuk mengakses *website* dalam melakukan donasi. Selain berfungsi sebagai *platform* untuk berdonasi, situs web tersebut juga

mejadi sarana untuk memperkenalkan profil Rumah Bersalin Cuma Cuma, meningkatkan kepercayaan, dan membangun kepercayaan bagi calon donatur.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Perancangan

Perancangan merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistembaru. Manfaat tahap perancangan sistem ini memberikan gambaran rancangan bangun yang lengkap sebagai pedoman bagi program dalam mengembangkan aplikasi (Saeful Malik & Zein, 2022). Sesuai dengan komponen sistem yang dikomputerisasikan, maka desain yang dilakukan dalam tahap ini mencakup *hardware* atau *software*, *database* dan aplikasi,

### 2.2 User Interface

*User interface* (UI) merupakan salah satu aspek penting untuk menaikkan *traffic* pada *website* atau menaikkan jumlah *download* aplikasi. Selain itu UI juga merupakan salah satu faktor penentu sejauh mana pengguna tertarik untuk mengeksplorasi sebuah *website* (Khasanah & Sutabri, 2023). Dengan *user interface* yang menarik, pelanggan akan betah berada di *website* tersebut dan mengalami fitur-fiturnya lebih dalam.

### 2.3 User Experience

Desain pengalaman pengguna atau *User Experience* adalah seperangkat teknologi yang mengukur kepuasan pengguna dengan meningkatkan kegunaan dan konsep yang terkait dengan interaksi antara pengguna manusia dan komputer. Pengalaman pengguna, yang sering disingkat menjadi UX, adalah bidang studi yang mengkaji bagaimana merancang dan mengubah emosi, persepsi, dan perilaku pengguna terhadap tampilan, layanan, dan kinerja suatu produk, sistem, atau layanan (Kurniawati, 2024). Pengalaman pengguna adalah aspek penting dalam menciptakan berbagai jenis produk dan layanan. UX mengacu pada impresi yang diberikan oleh suatu situs web atau perangkat lunak kepada pengguna, menciptakan interaksi yang menarik dan menyenangkan (Himawan & Yanu, 2020).

### 2.4 Website

*Website* merupakan salah satu media yang paling sering untuk diakses dan digunakan dalam mencari berbagai informasi dan sarana komunikasi. *Website* merupakan portal yang dapat diakses melalui internet kapan saja dan dimana saja. Salah satu jenis *website* adalah *company profile*, yaitu suatu sistem informasi pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan atau lembaga yang dapat digunakan sebagai marketing tools yang efektif dan bisa diakses di berbagai perangkat komputer (Gunawan *et al.*, 2021). Tampilan awal dari website dapat diakses melalui halaman utama (*homepage*) menggunakan *browser* dengan menuliskan URL yang ingin diakses.

### 2.5 Wireframe

*Wireframe* adalah kerangka, struktur, atau sketsa berbentuk kotak-kotak dan garis yang dibuat bertujuan untuk merepresentasikan sebuah desain sebuah situs web atau aplikasi yang hendak dibangun. Wireframe dilakukan sebagai perancangan awal dari sebuah desain website. Dalam tahapan tersebut dimulai dari proses perancangan item-item agar pada saat melakukan pembuatan *prototyping* sesuai dengan kebutuhan pengguna (Hannah & Kholiza, 2024). Kerangka tersebut dibuat oleh UX/UI desainer sebelum masuk pada desain yang lebih nyata.

### 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara mewawancarai pengguna dari *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma. Untuk membuat suatu perancangan dibutuhkan data-data agar dapat melakukan analisis yang baik, dengan cara mencari data dan menggali informasi yang berkaitan dengan penelitian ini agar data sesuai dengan kebutuhan perancangan ini.

- a) Wawancara  
Teknik wawancara pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara pengguna *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma secara informal sehingga bisa mendapatkan data yang akurat dan sesuai.
- b) Observasi  
Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi Rumah Bersalin Cuma Cuma untuk mengamati dan mendapatkan bahan yang akan ditampilkan pada *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.
- c) Kuesioner  
Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan hasil data dari pengguna yang telah mengakses *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Strategi Perancangan

Setelah mengumpulkan informasi melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang diperlukan dalam penelitian dan perancangan ini, terdapat hasil analisis yang dapat dijadikan simpulan dalam perancangan *website*. Aspek yang perlu diperhatikan dalam perancangan ulang sebuah *website* ialah tampilan atau *user interface* dan *user experience*. *User Interface* memiliki aspek visual yaitu seperti warna, tipografi, *layout*, dan juga gambar, yang bertujuan untuk mempengaruhi ketertarikan pengguna dalam memakai sebuah *website*. Sedangkan *user experience* memiliki fungsi sebagai pemberi pengalaman yang baik. Kedua aspek tersebut memiliki strategi yang khusus untuk mencapai keberhasilan dalam proses perancangan sebuah *website*.

*Website* Rumah Bersalin Cuma Cuma berfungsi sebagai *platform* untuk melakukan donasi secara *online* dan memberikan informasi mengenai layanan yang diberikan kepada masyarakat. Desain *website* yang akan dikembangkan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh, baik dari segi visual maupun informasi yang ditampilkan. Tampilan *user interface* yang menarik dan informatif diharapkan dapat memberikan kesan positif terhadap pengalaman pengguna pada *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.

#### 4.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi AISAS dipilih sebagai strategi dalam mengkomunikasikan pesan mengenai penggunaan *website* kepada pengguna. AISAS berfokus pada cara konsumen menggunakan barang dan jasa, terutama dengan pertimbangan pentingnya peran internet. Pendekatan AISAS dikembangkan untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks internet yang semakin dominan, mengakui bahwa konsumen saat ini dapat dengan mudah mengakses dan berbagi informasi dalam lingkungan online (Wisnu & Hapsari, 2016). Penggunaan strategi komunikasi AISAS yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, meliputi *Attention* (menarik perhatian), *Interest* (menarik target), *Search* (mencari info), *Action* (menggunakan fitur) dan *Share* (membagikan info).

#### 4.3 Strategi Pesan

Setelah tahap perancangan ulang dilakukan terhadap *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma, strategi pesan yang digunakan menjadi media utama dalam memberikan informasi kepada audiens yang mencari informasi tentang Rumah Bersalin Cuma Cuma melalui *website* tersebut.

#### 4.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diterapkan dalam perancangan ulang *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma menggunakan gaya visual yang minimalis dan juga informative, dengan penggunaan foto-foto yang sesuai untuk konteks *website* kesehatan. *Website* yang dibuat memiliki *layout* yang minimalis dan didominasi dengan foto model dari dokter dan ibu hamil. Penggunaan teks yang disajikan dalam jumlah terbatas dapat menghindarkan audiens dari rasa bosan dan diharapkan dapat menarik minat mereka. Selain itu, pemanfaatan media pendukung seperti *feed* Instagram, sertifikat, video promosi, dan *tent card* yang memiliki barcode atau link diharapkan dapat mempermudah audiens dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

##### 4.4.1 Software

Figma merupakan *tools* yang membantu untuk mendesain produk digital seperti *website* dan *mobile apps*. Figma digunakan untuk merancang *user interface design* (UI) karena memiliki fitur yang dapat variatif.



Gambar 1. Software Figma

##### 4.4.2 Warna

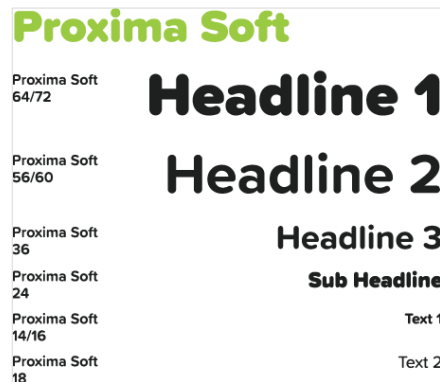
Pemilihan warna yang akan digunakan pada perancangan ulang *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma sangat penting, karena warna yang digunakan juga mempengaruhi audiens saat mengakses *website* seperti suasana hati seorang audiens. Warna dalam desain berperan sebagai penanda atau elemen pembeda dalam penyampaian informasi serta mempengaruhi emosi atau suasana hati, sehingga membantu audiens dalam mengenali objek dengan lebih mudah (Hartadi *et al.*, 2020). Warna yang dipilih mengikuti warna khas dari Rumah Bersalin Cuma Cuma yang terdiri dari warna kombinasi warna pastel ungu dan hijau dan beberapa sentuhan warna monokrom.



Gambar 2. Warna

#### 4.4.3 Tipografi

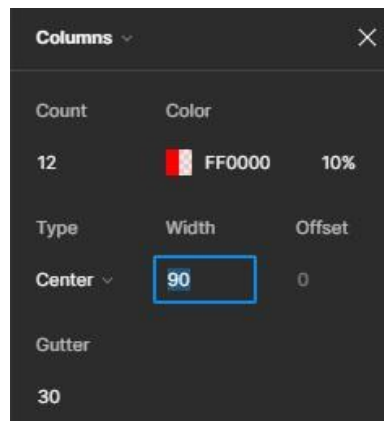
Jenis font merupakan elemen yang penting dalam perancangan sebuah *website*, karena pemilihan font dapat mempengaruhi audiens dalam membaca dan kemudahan audiens membaca suatu konten yang ada pada *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma. Font yang digunakan pada perancangan *website* ini ialah *Proxima Soft*.



Gambar 3. Font *Proxima Soft*

#### 4.4.4 Layout Grid

Dalam pembuatan *website* ini penulis sangat memperhitungkan penggunaan *grid* yang dapat berpengaruh terhadap *user interface*. *Grid* yang digunakan pada pembuatan *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma ialah 12 *columns*, Penggunaan *grid* pada setiap *page* yaitu 12 *columns type center width* 90 dan *gutter* 30.



Gambar 4. Pengaturan Grid

#### 4.4.5 Spacing

Metode *spacing* adalah sebuah aturan yang menempatkan elemen dalam tata letak dan komponen.

#### 4.4.6 Fotografi

*Website* Rumah Bersalin Cuma Cuma ini menggunakan gambar berupa fotografi yang relevan dengan Rumah Bersalin Cuma Cuma yaitu model dokter, model ibu hamil dan kegiatan atau aktivitas kesehatan lainnya.



Gambar 5. Fotografi yang digunakan

#### 4.5 Media Utama (*Website*)

Media utama yang dihasilkan berdasarkan analisis ialah media *website* dengan ukuran 1920x1080px, *website* ini dipilih berdasarkan target audiens dan hasil dari analisis penulis. *Website* ini memiliki kurang lebih dua belas halaman yang berisi program donasi, berita, *event*, dan informasi lainnya tentang Rumah Bersalin Cuma Cuma.

##### 4.5.1 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap persiapan untuk proses pembuatan pada *website* seperti mencari referensi, menentukan gaya visual dan lainnya.

###### a) Analisis Visual

Pada tahap ini penulis menganalisa desain awal *website* yang dimiliki oleh Rumah Bersalin Cuma Cuma, tampilan dari *website* tersebut dianggap kurang menarik untuk para calon donatur, maka diperlukan perancangan ulang desain *website* yang lebih menarik dan informatif.

###### b) Mencari Referensi

Perancangan ulang *website* dari Rumah Bersalin Cuma Cuma memerlukan referensi media sejenis, referensi ini dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan ulang *website*.



Gambar 6. Referensi Gaya Visual

###### c) Menentukan Gaya Visual

Gaya desain pada *website* juga memengaruhi mudah atau tidaknya audiens menggunakan *website* tersebut. Pada perancangan ulang *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma ini menggunakan gaya desain yang simple dan minimalis serta keseimbangan terhadap bentuk, pola dan elemen pendukung lainnya.

###### d) *Wireframe*

Pada tahap ini penulis membuat *wireframe*. Dalam pembuatan desain *interface*, *wireframe*

merupakan sketsa kasar yang menjadi ide utama dari tampilan sebuah *website* ataupun aplikasi yang akan dibuat. Berikut adalah *wireframe* dari *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.



Gambar 7. Tampilan *Wireframe*

e) *Sketsa Icon Set*

Ikona pada *website* memiliki nilai penting karena dapat mewakili informasi dalam bentuk gambar, yang memungkinkan komunikasi informasi secara singkat melalui representasi visual. Penggunaan ikon juga dapat meningkatkan minat audiens ketika mengakses *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma.

f) *Pengambilan Foto Model*

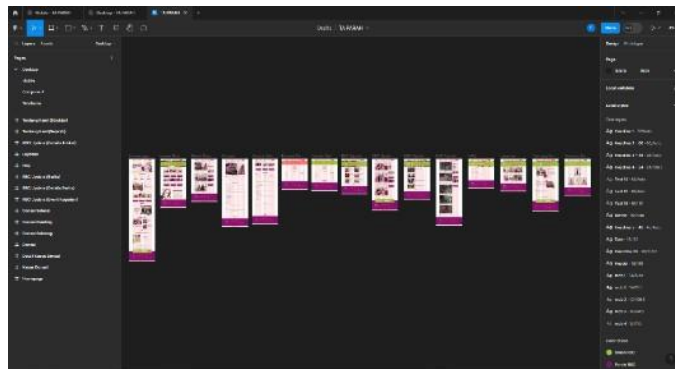
Pada proses perancangan ulang *website*, dibutuhkan media foto sebagai media pendukung dalam *website*. Pada penggunaannya penulis menggunakan *stock* foto dari situs berbayar *freepik.com*. Selain itu penulis juga melakukan pengambilan gambar secara langsung Rumah Bersalin Cuma Cuma untuk mendapatkan foto model dari ibu hamil, dokter, kegiatan pelayanan, dan juga kegiatan lainnya yang dilaksanakan oleh Rumah Bersalin Cuma Cuma.

#### 4.5.2 *Produksi*

*Produksi* merupakan tahapan proses pembuatan dari *wireframe* menjadi visual yang lebih nyata.

a) *High Fidelity*

Setelah pembuatan *wireframe* selanjutnya ialah pembuatan *mockup* yang berfungsi untuk memberikan gambaran secara detail sebelum *website* dibuat dengan cara menyampaikan aspek visual seperti gambar, warna, dan tipografi. *Mockup* dapat mengorganisir detail dari proyek, menerjemahkan ide ke dalam bahasa yang dapat dimengerti *stakeholders*, menyampaikan ide kepada anggota tim, implementasi desain, dan melihat perspektif *user*.



Gambar 8. Tampilan *High Fidelity*

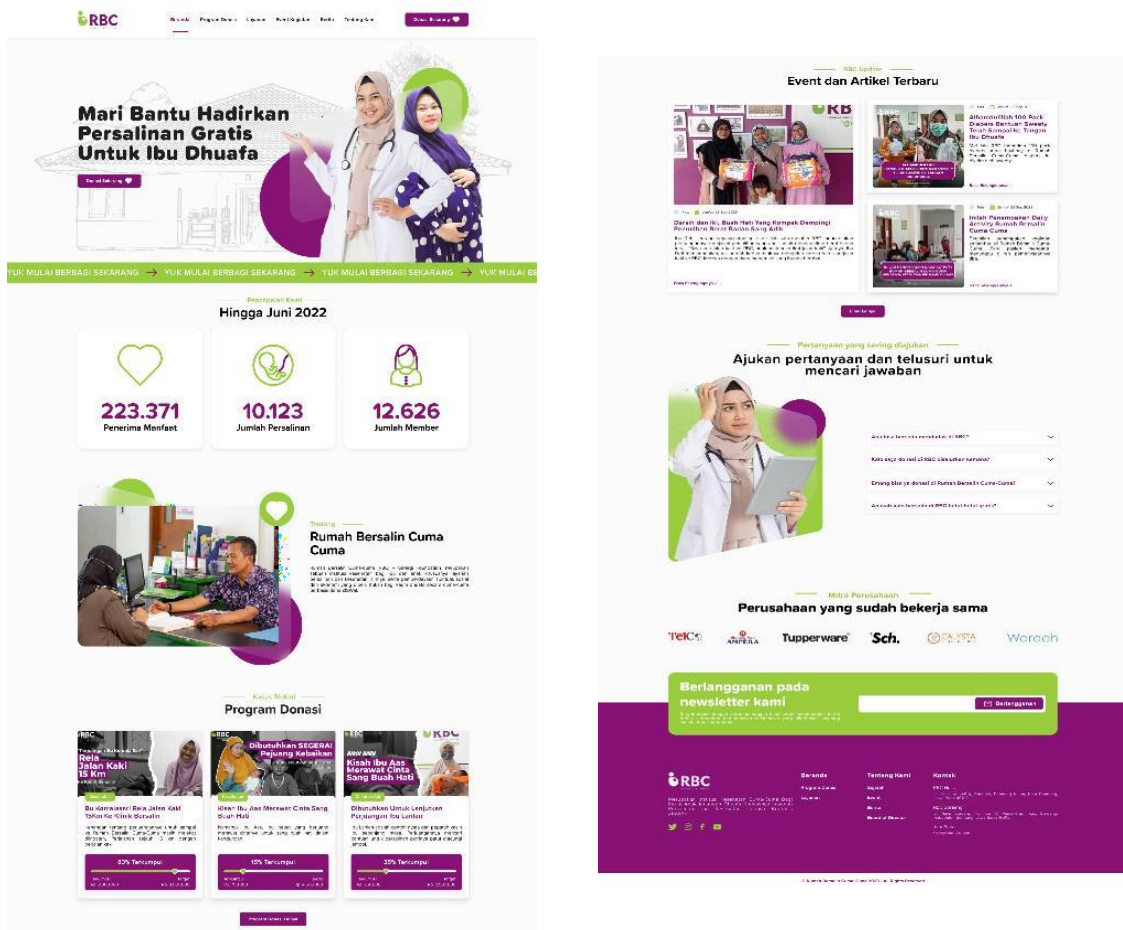


4.5.3 Pasca Produksi

Pada tahap ini penulis membuat 15 halaman *website*. Berikut adalah tampilan detail dari halaman yang sudah dibuat :

a) Tampilan *Homepage*

Pada tampilan *homepage* ini menampilkan seluruh informasi yang ada pada *website* Rumah Bersalin Cuma Cuma seperti pencapaian, informasi, program donasi, testimoni, kegiatan, kolom pertanyaan yang sering ditanyakan, dan juga mitra dari Rumah Bersalin Cuma Cuma. Hal tersebut bertujuan untuk menarik perhatian pengguna agar menggali informasi lebih lanjut mengenai Rumah Bersalin Cuma Cuma.



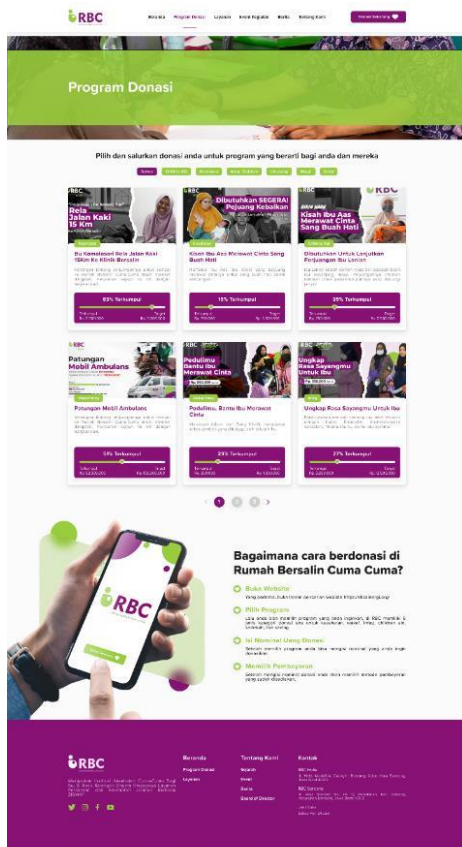
Gambar 9. Tampilan Homepage

b) Tampilan Kasus Donasi

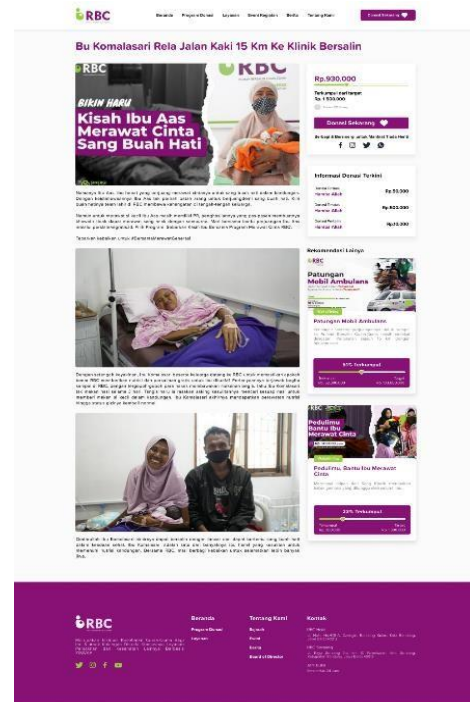
Halaman ini menampilkan kasus-kasus donasi yang sedang berjalan. Dalam perancangannya penulis ingin memberikan memberikan *experience* berupa pergerakan *cursor* yang diarahkan pada tiap kasus donasi *icon love* akan bergerak sehinggamenarik perhatian calon donatur. Selain itu juga ditampilkan cara berdonasi melalui *website*. Cara tersebut digunakan untuk mempermudah calon donatur sebelum melakukan donasi.

c) Tampilan Detail Kasus Donasi

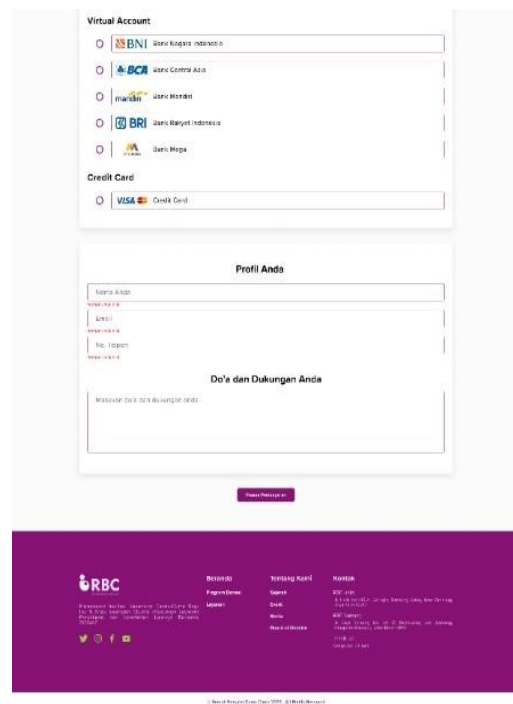
Halaman ini menampilkan detail dari kasus donasi yang dipilih. Halaman berisikan foto dan kisah dari penerima donasi serta rekomendasi kasus donasi lainnya.



Gambar 10. Tampilan Kasus Donasi

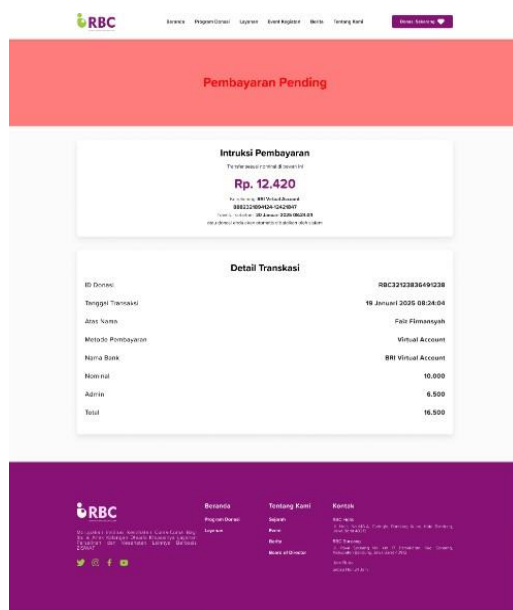


Gambar 11. Tampilan Detail Kasus Donasi

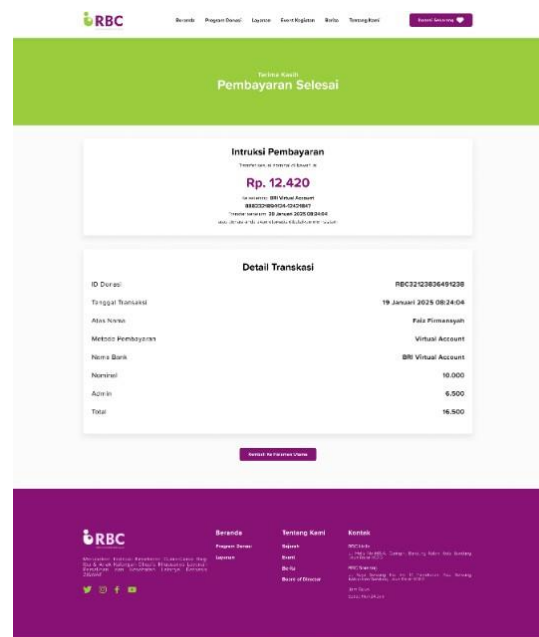


Gambar 12. Tampilan Pembayaran

- d) **Pembayaran**  
 Pada tampilan ini calon donatur akan mengisi atau memilih nominal yang akan didonasikan, lalu memilih pembayaran yang tersedia seperti *virtual account*, *e-wallet*, transfer, dan *credit card*. Setelah itu calon donatur mengisi data diri dan dukungan untuk penerima donasi.
- e) **Pembayaran Pending**  
 Setelah mengisi formulir pembayaran calon donatur, akan ditampilkan informasi detail dari nominal donasi dan data diri calon donatur agar memastikan kebenaran data. Pada proses ini calon donatur akan melakukan proses pembayaran yang sudah dipilih sebelumnya.
- f) **Pembayaran Selesai**  
 Proses ini mencakup informasi bahwa donasi yang diberikan oleh donatur telah diterima oleh Rumah Bersalin Cuma Cuma.

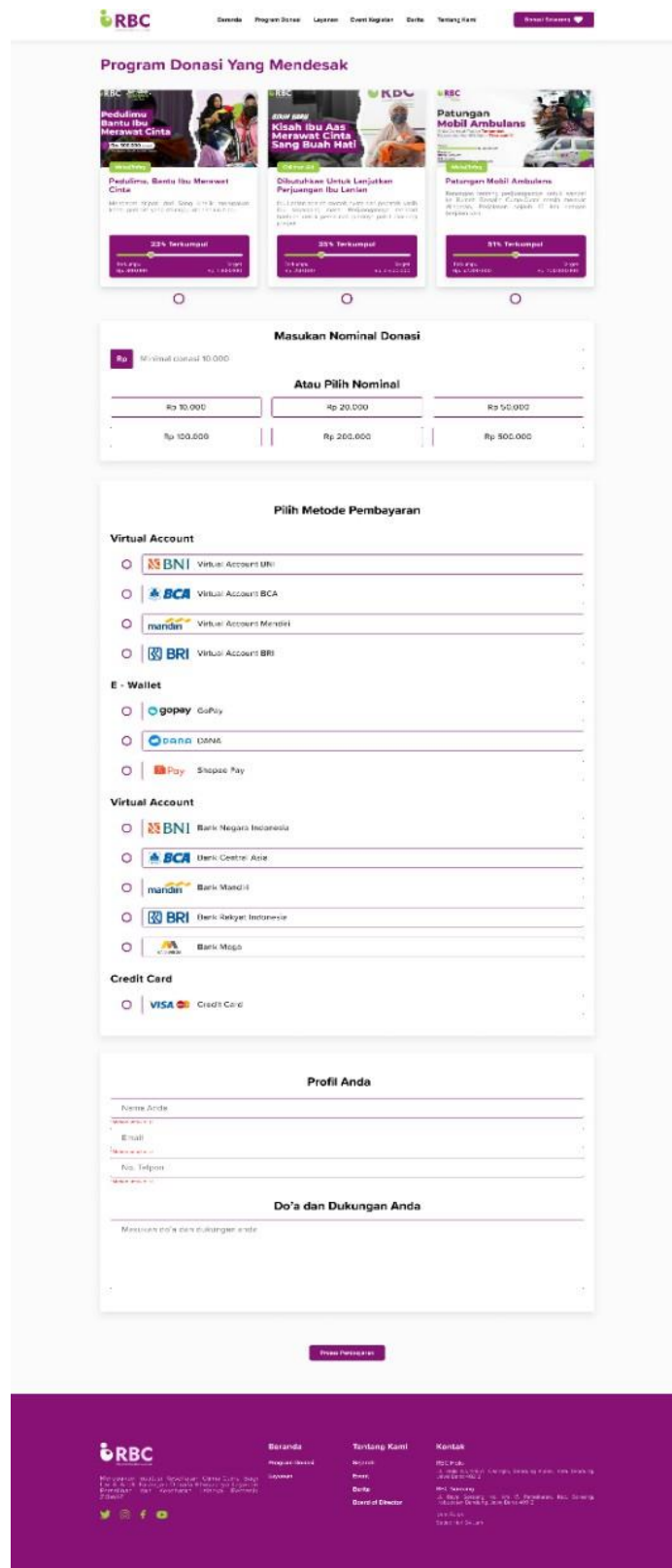


Gambar 13. Tampilan Pembayaran Pending



Gambar 14. Tampilan Pembayaran Selesai

- g) **Donasi Sekarang**  
 Pada tampilan *homepage* terdapat *button* atau CTA berupa donasi himbuan donasi yang berisi informasi program donasi yang urgensi. *Button* ini akan mengarahkan pada tampilan donasi sekarang yang berisikan 3 program pilihan yang mendesak dari Rumah Bersalin Cuma Cuma untuk dipilih oleh calon donatur.



Gambar 15. Tampilan Donasi Sekarang

## 5 SIMPULAN

Perancangan Ulang UI dan UX website Rumah Bersalin Cuma Cuma ini mengubah tampilan dari *user interface* dan *user experience* dari sebelumnya. Selain itu ditambahkan juga fitur yang lebih detail mengenai informasi donasi yang telah disalurkan ke Rumah Bersalin Cuma Cuma. Penggunaan gaya visual fotografi bertujuan untuk memberikan kesan professional bagi para pengguna *website*. Selain itu ditambahkan juga media pendukung seperti brosur, *feed* Instagram, sertifikat donasi, dan video promosi sebagai informasi mengenai tampilan baru website Rumah Bersalin Cuma Cuma dan alur donasi yang lebih mudah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, R., Yudianta, Y., & Apriansyah, W. Y. (2021). Rancang Bangun Company Profile Kebab Ben's Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter. *Dirgamaya: Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 1(2). <https://doi.org/10.35969/dirgamaya.v1i2.181>
- Hannah, M. P., & Kholiza, R. N. (2024). Perancangan UI/UX Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Menggunakan Metode User Centered Design. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 4(4), 2342-2356. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i4.1722>
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna Dan Prinsip Desain User Interface (Ui) Dalam Aplikasi Seluler "Bukaloka." *Jurnal Dimensi Dkv Seni Rupa Dan Desain*, 5(1). <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>
- Himawan, H., & Yanu F, M. (2020). *Buku Ajar Interface User Experience*.
- Khasanah, S., & Sutabri, T. (2023). Faktor-Faktor Tampilan UI/UX Yang Mempengaruhi Psikologis Manusia. *Jurnal Sain Dan Teknik*, 5(2).
- Kurniawati, E. (2024). *Pengukuran User Experience Website Fakultas Teknologi Industri UII Menggunakan Pendekatan Dengan User Experience Questionnaire (UEG) dan Wawancara* (Tugas Akhir, Universitas Islam Indonesia).
- Malik, D. S., & Zein, A. (2022). Perancangan Aplikasi Sistem Informasi Penjualan Online Berbasis Web Menggunakan Metode Personal Extreme Programing Di Toko Surya Gemilang. *Jurnal Ilmu Komputer*, 5(2), 51-51.
- Tedyyana, A., & Kurniati, R. (2016). Membuat Web Server Menggunakan Dinamic Domain Name System Pada IP Dinamis. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 1-10.
- Wibawa, A. E. Y. (2021). Implementasi platform digital sebagai media pembelajaran daring di MI Muhammadiyah PK Kartasura pada masa pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 1(2), 76-84. <https://doi.org/10.47353/bj.v1i2.15>
- Wirawan, F. W., & Hapsari, P. D. (2016). Analisis aias model terhadap product placement dalam film indonesia studi kasus: brand kuliner di film ada apa dengan cinta 2. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 12(2), 69-81. <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewfile/1424/294>