JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

# Redesain UI/UX Website Company Profile FBeauty Menggunakan Metode Design Thingking

**Rohmandita Medinahanta[1*], Sri Mulyati[2]**
[1,2]Informatika, Unversitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia
Email: [1]20523032@students.uii.ac.id, [2]135230506@uii.ac.id
Email Penulis Korespondensi: [1]20523032@students.uii.ac.id

**Abstrak−** *FBeauty* merupakan usaha di bidang jasa kecantikan yang mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi kepada pelanggan. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai profil usaha belum tersaji secara terstruktur sehingga kurang optimal dalam meningkatkan visibilitas dan citra profesional *FBeauty*. Oleh karenanya diperlukan media digital berupa *website company profile* yang mampu menyajikan informasi secara lebih lengkap, menarik, dan mudah diakses oleh calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan merancang desain *website company profile FBeauty* menggunakan metode *Design Thinking* agar sesuai kebutuhan pengguna serta menghasilkan rancangan antarmuka yang estetis, interaktif, dan mudah digunakan. Metode *Design Thinking* diterapkan melalui lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Tahap *Empathize* dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna, dilanjutkan dengan tahap *Define* untuk merumuskan permasalahan utama. Selanjutnya, tahap *Ideate* menghasilkan alternatif solusi desain yang diwujudkan dalam bentuk *high-fidelity prototype* menggunakan *Figma*. *Prototype* yang telah dirancang kemudian dievaluasi melalui pengujian *usability* menggunakan *platform Maze* dengan skenario berbasis tugas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan *website company profile* mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi secara lebih terstruktur. Berdasarkan hasil pengujian mayoritas responden dapat menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik, sehingga rancangan *website* dinilai memiliki tingkat kemudahan penggunaan baik dan menjadi media promosi digital yang lebih efektif bagi *FBeauty*.

**Kata Kunci:** *Design Thinking*, *Website Company Profile*, *UI/UX*, *Figma*, *Maze*

**Abstract−** FBeauty is a beauty services business that relies on social media as a means of promotion and convey information to customers. As a result, information about the business profile hasn't been presented in a structured less effective in enhancing FBeauty's visibility and professional image. Therefore, a company profile website is needed to present information in more comprehensive, engaging, and easily accessible way for customers. This study aims to design a company profile website. for FBeauty using the Design Thinking method to provide user needs and produce an interface design that is aesthetically pleasing, interactive, and user friendly. The Design Thinking method was applied through five: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The Empathize stage was conducted through observes and interviews to identify user needs, then the Define stage to formulate the main problem. The Ideate stage generates alternative design solutions that are realized in the form of highfidelity prototypes using Figma, then evaluated through usability testing using the Maze platform with taskbased scenarios. The result show that the company profile website design is able to give users informations more structured. Based on the results, the majority of respondents were able to complete the assigned tasks successfully, indicating the website design has a good level of usability and more effective digital promotional for FBeauty.

**Keywords**: Design Thinking, Website Company Profile, UI/UX, Figma, Maze

## 1. PENDAHULUAN

Industri kecantikan di Indonesia menunjukkan perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan diri dan penampilan. Perubahan gaya hidup modern mendorong masyarakat untuk tampil lebih percaya diri baik dalam kehidupan sehari-hari maupun di ranah profesional, sehingga kebutuhan akan layanan kecantikan meningkat signifikan [1]. Peningkatan ini mengakibatkan munculnya banyak bisnis kecantikan di Indonesia yang menimbulkan persaingan antar penyedia jasa kecantikan. *FBeauty* merupakan salah satu penyedia jasa kecantikan yang menghadapi tantangan serupa. *FBeauty* merupakan usaha salon kecantikan milik Lufitasari yang berlokasi di Maguwo, Yogyakarta yang mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi kepada pelanggan. Kondisi ini menyebabkan informasi mengenai profil usaha *FBeauty* belum tersaji secara terstruktur sehingga kurang optimal dalam meningkatkan visibilitas dan citra profesional.

Citra profesional dapat diperoleh dengan melakukan inovasi berbasis teknologi salah satunya yaitu pemanfaatan teknologi informasi *website company profile* [2]. Pemanfaatan inovasi ini mampu berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus media komunikasi yang lebih efektif dan terstruktur untuk meningkatkan visibilitas serta citra profesional [3]. *Website* merupakan sekumpulan halaman dalam suatu domain yang saling terhubung dan berisi informasi digital berupa teks, gambar, animasi, suara, maupun video yang dapat diakses secara daring melalui internet [4], sedangkan c*ompany profile* merupakan representasi umum perusahaan yang berfungsi menampilkan identitas, visi, misi, serta aktivitas perusahaan kepada publik maupun mitra bisnis [5]. *Website company profile* berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan, meningkatkan kenyamanan dan kepuasan [6]. Melalui fitur informasi layanan, portofolio hasil kerja, dan kontak yang dapat diakses secara langsung, website membantu meningkatkan kualitas interaksi dengan konsumen [7]. Desain yang menarik dan navigasi yang sederhana menjadi faktor utama yang memperkuat citra profesional usaha jasa [8].

*Website company profile* yang berkualitas baik perlu dirancang sesuai kebutuhan pengguna, sehingga pemilihan metode yang tepat merupakan hal yang cukup penting [9]. Metode perancangan *website* salah satunya yaitu *design*

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

*thinking* yang terdiri dari tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test* [10]. Pendekatan ini telah digunakan secara luas dalam pengembangan UI/UX aplikasi dan terbukti mampu meningkatkan keterlibatan pengguna serta kualitas layanan digital [11]. Selain itu, *desain thinking* ini telah banyak diterapkan salah satunya pada penelitian Faiza tahun 2024 dalam bidang kesehatan melalui pengembangan aplikasi gizi guna membantu masyarakat memantau asupan nutrisi [12].

Penelitian mengenai redesain UI/UX dengan metode *design thinking* ini sudah dilakukan sebelumnya salah satunya oleh Rika pada tahun 2025 yang berjudul *Integrating UX Five Elements and Design Thinking to Design a Learning Management System*, yang membahas integrasi metode menghasilkan sistem pembelajaran daring yang lebih efisien dan menarik dengan peningkatan efektivitas interaksi. Metode penelitian yang digunakan yaitu *design thinking, UX five elements* [13]. Selain itu, terdapat juga penelitian yang dilakukan Desti Dwiyanasaripada tahun 2025 yang berjudul *User Experience Improvement (MSMEs and Buyers) Mobile AR Using Design Thinking Methods,* yang membahas peningkatan pengalaman pengguna aplikasi AR dengan penurunan tingkat masalah *usability* hingga 37% dengan menggunakan metode penelitian *design thinking, usability testing, heuristic evaluation* [14].

Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut, belum ada yang melakukan penelitian tentang *redesain UI/UX* pada *website company profile* khususnya pada penyedia layanan jasa kecantikan seperti salon kecantikan yang berfokus pada kebutuhan pengguna dan evaluasi berdasarkan dua aspek sekaligus yaitu bagaimana pengguna berinteraksi dengan *prototype* (*maze*) serta bagaimana mereka menilai kemudahan penggunaannya (*sus*). Selain itu, berfokus juga pada *prototype* tampilan pada *website*.

Dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian yang berfokus pada redesain *website company profile FBeauty* dengan menerapkan metode *design thinking* yang berfokus pada kebutuhan pengguna dan evaluasi didasarkan dua aspek yaitu *maze* dan *sus*. Penelitian ini diharapkan menghasilkan *website* yang estetis, fungsional, dan informatif. Selain itu, rancangan *website* ini juga ditujukan untuk memperkuat citra profesional salon *FBeauty* dan meningkatkan daya saing ditengah kompetisi penyedia jasa kecantikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan mengenai pentingnya *website company profile* bagi *FBeauty* dan penerapan metode *design thinking*, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan visibilitas *FBeauty company profile*?
2. Bagaimana penerapan metode *design thinking* dapat mendukung pengembangan *website company profile FBeauty* agar lebih interaktif dan mudah digunakan?

Batasan ini dimaksudkan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih terarah dan mendalam. Penelitian difokuskan pada redesain w*ebsite company profile FBeauty*, tanpa membahas *resposinve mobile* dan tahap implementasi teknis seperti pengembangan sistem, *hosting*, maupun keamanan data. Metode yang digunakan terbatas pada pendekatan *design thinking*, yang meliputi tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test*. Konten website dibatasi pada informasi profil usaha, layanan salon berupa *Make Up Artist* (MUA), *Nail Art*, dan *Eyelash*, tanpa integrasi dengan sistem transaksi *online* maupun media sosial.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Meredesain *website company profile FBeauty* menggunakan pendekatan *Design Thinking* agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan identitas usaha. Menghasilkan rancangan redesain *website* yang estetis, interaktif, dan *user-friendly* sebagai sarana promosi digital untuk meningkatkan citra profesional *FBeauty.*

# 2. METODOLOGI PENELITIAN

## 2.1 Empathize

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan pengguna secara menyeluruh dengan berbagai pendeketan. Tujuan dilakukan tahap ini untuk menggali informasi serta permasalahan nyata yang dialami pengguna *FBeauty*. Penelitian ini menggunakan sampel member dan calon pengguna salon *FBeauty* sebanyak 36 orang. Pendekatan penyebaran kuesioner melalui *google form*, dan wawancara. Kuesioner terdiri dari 40 pertanyaan yang menggunakan skala Likert 1–5, yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, dan Sangat Setuju. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS untuk mendukung hasil penelitian.

**Tabel 1.** Pertanyaan Wawancara

| No | Pertanyaan |
|---|---|
| 1 | Apa yang diharapkan pelanggan dari *website company profile FBeauty* sebagai salon kecantikan? |
| 2 | Apakah pelanggan pernah mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi layanan Fbeauty sebelum adanya website ini? |
| 3 | Bagaimana tampilan visual website dapat dibuat lebih menarik sesuai dengan identitas Fbeauty? |
| 4 | Fitur apa yang dianggap paling penting untuk ditambahkan dalam website Fbeauty agar memudahkan pelanggan? |
| 5 | Seberapa penting integrasi media sosial Fbeauty dalam website untuk memperluas jangkauan informasi dan promosi? |

Pengolahan data pada tahap ini dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Uji validitas menggunakan teknik *Pearson Product Moment* dengan membandingkan r hitung lebih dari sama dengan dari r

This is an open access article under the CC–BY-SA license

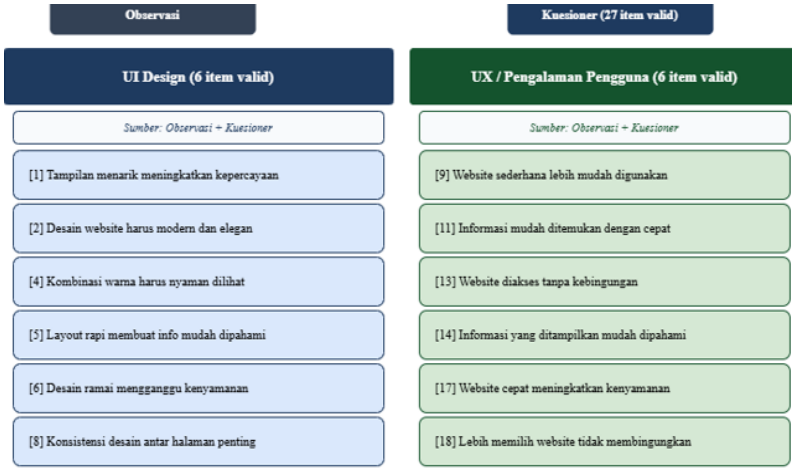
*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

tabel pada taraf signifikansi 5% (r tabel = 0,329). Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, data kuesioner yang terdiri dari 40 pertanyaan dianalisis menggunakan statistik deskriptif, dengan menghitung nilai rata-rata dan persentase jawaban responden pada setiap item pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment,* diperoleh nilai r tabel sebesar 0,329 pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat 28 item yang memiliki nilai r hitung > r tabel sehingga dinyatakan valid, sedangkan 12 item lainnya dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai r hitung < r tabel. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* terhadap 28 item yang dinyatakan valid. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,908. Nilai tersebut berada di atas 0,90 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, 28 item yang valid tersebut layak digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur kebutuhan pengguna dalam redesain *website company profile FBeauty.*

### 2.2 *Define*

Pada tahap ini hasil analisis dibuat sebuah mind *map* untuk memetakan kebutuhan, permasalahan, serta peluang perbaikan yang dapat dijadikan acuan dalam redesain *website FBeauty*. Selain itu, pada tahap ini juga ditentukan elemen visual utama yang akan digunakan, seperti jenis font dan pemilihan kombinasi warna.




**Gambar 1.** *Affinity* Diagram

Gambar *affinity diagram* pada tahap define menunjukkan hasil pengelompokan data yang diperoleh dari observasi, kuesioner, dan wawancara. Item-item yang dimasukkan ke dalam *affinity Diagram* merupakan hasil dari pertanyaan kuesioner yang telah dinyatakan valid berdasarkan uji validitas. Selanjutnya, data tersebut dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan kesamaan tema dan kebutuhan pengguna, seperti *UI Design*, UX/Pengalaman Pengguna, Fitur *Website*, Galeri dan Visual, Kursus dan *Profesionalisme*, serta *Branding* dan *Blog*. Nomor yang tercantum pada setiap item dalam tanda kurung siku ([ ]) merupakan nomor pertanyaan kuesioner yang valid dan digunakan sebagai acuan dalam proses pengelompokan.

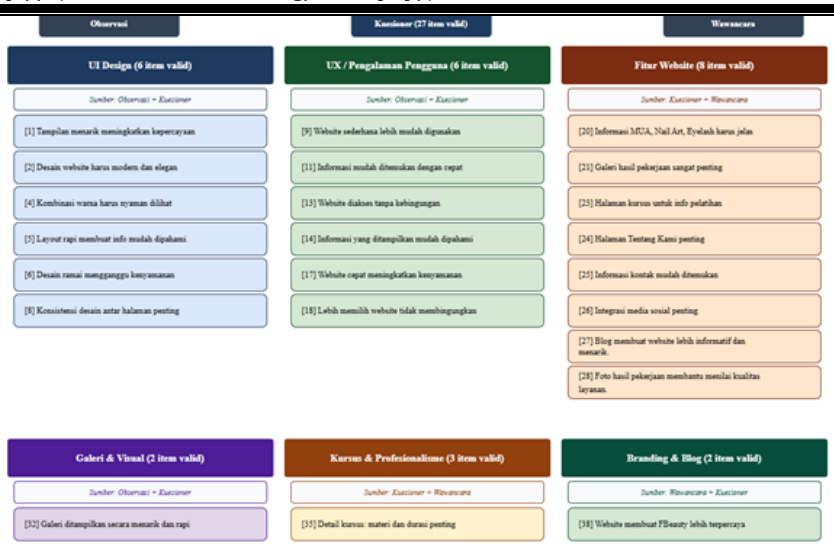
### 2.3 Ideate

Tahap ini mengeksplorasi spektrum solusi secara divergen melalui teknik seperti *how might we* dan *brainstorming* untuk menstimulasi ide kreatif yang relevan bagi kebutuhan pengguna. Ide yang terkumpul dikelompokkan, dikritisi, lalu diprioritaskan menggunakan matriks dampak *versus* upaya sehingga fokus tetap pada solusi bernilai tinggi. Hasil prioritisasi digunakan untuk menyusun arsitektur informasi, label navigasi, serta alur pengguna yang selaras dengan identitas *FBeauty*. Pada akhir tahap ini, konsep desain terpilih sudah memiliki jalur interaksi yang jelas untuk diuji pada prototipe.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

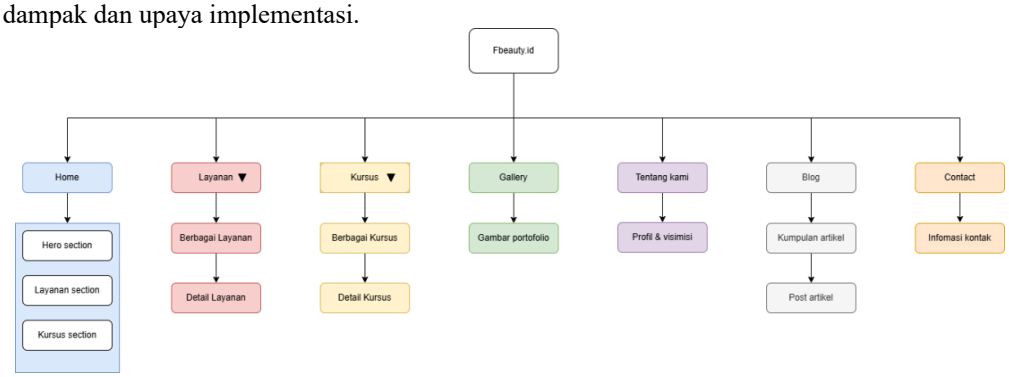
*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin




**Gambar 2.** *Affinity* Diagram Solusi

Diagram *affinity* solusi ini menggambarkan hasil pengolahan temuan dari observasi, kuesioner, dan wawancara yang kemudian dikelompokkan menjadi beberapa kategori solusi. Setiap kelompok seperti UI *Design*, UX dan Navigasi, Fitur dan Konten, Galeri Portofolio, Kursus dan Pelatihan, serta *Branding* dan *Blog* menunjukkan prioritas perbaikan berdasarkan dampak dan upaya implementasi.




**Gambar 3.** *Sitemap*

Sitemap adalah representasi struktur halaman *website* yang menunjukkan hubungan antar halaman dari halaman utama hingga sub-halaman. *Sitemap website FBeauty* menggambarkan navigasi utama seperti *Home*, Layanan, Kursus, *Gallery*, Tentang Kami, *Blog*, dan *Contact*, beserta sub-halamannya. Struktur ini dibuat secara hierarkis untuk memudahkan pengguna dalam menemukan informasi secara cepat dan terarah.

### 2.4 Prototype

Tahap *prototype* difokuskan pada redesain antarmuka yang merepresentasikan alur interaksi antara pengguna dengan sistem. Desain ini dibuat berdasarkan hasil analisis sebelumnya, sehingga tampilan yang dihasilkan tidak hanya estetis tetapi juga fungsional dan mudah digunakan oleh pelanggan *FBeauty*. Pada tahap ini juga disusun berbagai diagram, seperti *use case* diagram untuk menggambarkan hubungan antara aktor dan sistem, serta *activity* diagram untuk memvisualisasikan proses interaksi pengguna. Melalui rancangan awal tersebut, ide-ide yang telah dipilih dapat diwujudkan dalam bentuk konkret yang siap untuk diuji pada tahap berikutnya.

### 2.5 Testing

Tahap test bertujuan untuk menilai sejauh mana desain yang dibuat sudah memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna. Proses evaluasi dilakukan dengan melibatkan pelanggan *FBeauty* sebagai partisipan dalam uji coba langsung terhadap prototip yang telah dikembangkan. Apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa desain sudah sesuai dengan ekspektasi, maka rancangan dapat dianggap layak untuk diimplementasikan lebih lanjut.

1. *Usability testing*
   *Usability testing* berbasis *Maze* yang bertujuan untuk mengukur kinerja pengguna secara objektif dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu pada sistem. *Maze* digunakan untuk mengevaluasi tingkat efektivitas dan efisiensi penggunaan aplikasi. Hasil pengujian *Maze* memberikan gambaran mengenai permasalahan usability yang terjadi secara langsung dalam proses penggunaan sistem.
2. *System Usability Scale* (SUS)

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

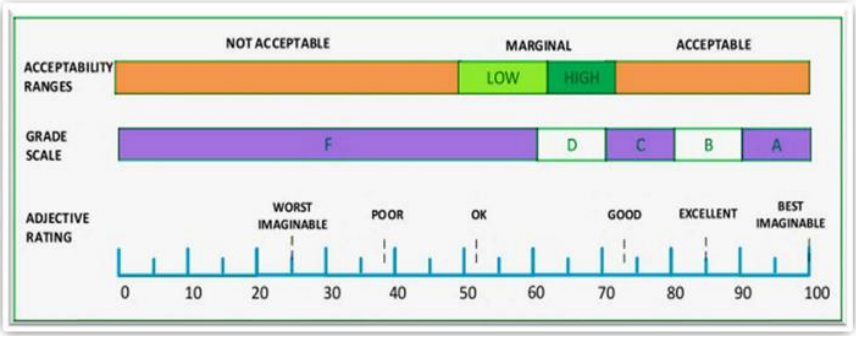
JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

Penelitian ini menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna melalui instrumen berupa kuesioner standar. SUS terdiri dari 10 butir pertanyaan dengan lima skala jawaban, yaitu dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Pada butir bernomor ganjil (1, 3, 5, 7, dan 9) yang berisi pernyataan positif, nilai dihitung dengan cara mengurangi skor jawaban responden dengan satu. Sebaliknya, untuk butir genap (2, 4, 6, 8, dan 10) yang merupakan pernyataan negatif, perhitungan dilakukan dengan mengurangi angka lima dari jawaban responden.

**Tabel 2.** Skala Likert

| No | Skala | Pertanyaan |
|---|---|---|
| 1 | Sangat Tidak Setuju | Responden sama sekali tidak sepakat dengan pernyataan yang diberikan |
| 2 | Tidak Setuju | Responden merasa kurang setuju dengan pernyataan yang diberikan |
| 3 | Netral | Responden berada di posisi tengah, tidak condong setuju maupun tidak setuju |
| 4 | Setuju | Responden mendukung atau sependapat dengan pernyataan yang diberikan |
| 5 | Sangat Setuju | Responden sepenuhnya mendukung dan yakin dengan pernyataan yang diberikan |

Jumlah nilai dari kedua kategori tersebut kemudian dikalikan 2,5, sehingga menghasilkan skor SUS dengan rentang 0 hingga 100. Brooke menyatakan bahwa nilai rata-rata SUS adalah 68, dan jika skor yang diperoleh masih berada di bawah angka tersebut, maka desain perlu diperbaiki hingga skor rata-rata dapat melampaui nilai 68.




**Gambar 4.** Kategori Nilai Hasil Skor SUS

Nilai rata-rata dihitung dengan menjumlahkan seluruh skor SUS kemudian dibagi dengan jumlah responden. Nilai rata-rata tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai tingkat usability sistem berdasarkan tiga kategori evaluasi, yaitu *Acceptance Range* (*Not* Acceptable*, Marginal, Acceptable*), *Grade Scale* (A hingga F), dan *Adjective Rating* (*Worst Imaginable, Poor, OK, Good, Excellent, Best Imaginable*) [15].

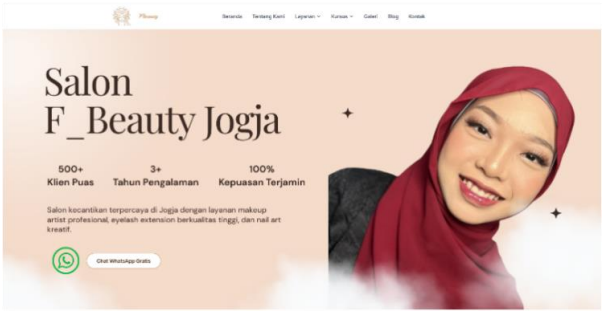
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### *3.1 Prototype*

Pada tahap ini, dilakukan proses redesain tampilan website company profile *FBeauty. Prototype* yang dirancang berupa *high-fidelity prototype website company profile FBeauty* yang menggambarkan tampilan akhir website sebelum masuk ke tahap pengujian *(testing).*

#### 3.1.1 *Prototype* Halaman Beranda

#### a. *Prototype* Halaman Tentang Kami




**Gambar 5.** *Prototype* Halaman Tentang Kami

Pada tahap prototype ini, halaman dirancang dengan konsep tampilan yang sederhana, elegan, dan sesuai dengan karakter industri kecantikan. Pada bagian awal halaman ditampilkan identitas utama berupa nama "Salon *FBeauty* Jogja" sebagai pengenalan brand kepada pengguna. Selain itu, terdapat elemen visual berupa foto *owner* atau representasi *brand*

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

yang digunakan untuk membangun kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan *FBeauty*. Halaman ini juga menampilkan informasi pendukung mengenai perusahaan yaitu: 500+ *Klien* Puas, yang menunjukkan jumlah pelanggan yang telah menggunakan layanan *FBeauty*, 3+ Tahun Pengalaman yang menggambarkan pengalaman *FBeauty* dalam memberikan pelayanan kecantikan. Serta 100% Kepuasan Terjamin, sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Selain informasi tersebut, terdapat deskripsi singkat mengenai *FBeauty* sebagai salon kecantikan yang menyediakan layanan makeup *artist* profesional, eyelash extension berkualitas, *nail art*, serta layanan kecantikan lainnya. Pada halaman ini juga ditambahkan tombol "*Chat* WhatsApp Gratis" sebagai fitur call to action (CTA) yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan konsultasi secara langsung dengan pihak *FBeauty*.

**b. *Prototype* Halaman Dropdown Navigasi Layanan**

Pada *prototype* ini, menu layanan pada *navigation bar* berfungsi sebagai penghubung menuju halaman yang berisi informasi detail mengenai produk dan jasa yang ditawarkan.

Pada halaman ini pengguna dapat melihat tampilan layanan *premium FBeauty* yang berisi beberapa pilihan layanan kecantikan. Penyajian informasi dibuat menggunakan konsep *card layout* agar setiap layanan dapat ditampilkan secara terstruktur dan mudah dipahami oleh pengguna. Layanan yang ditampilkan pada halaman ini meliputi *Makeup* Jogja by Fita, *Nail Art FBeauty,* dan *Eyelash Extension FBeauty*

**c. *Prototype* Halaman Kontak**

Pada *prototype* ini ditampilkan informasi kontak seperti alamat salon, nomor *WhatsApp*, *email*, jam operasional, serta lokasi salon melalui tampilan peta. Selain informasi kontak, halaman ini menyediakan fitur *booking appointment* berupa formulir yang dapat diisi pengguna dengan data diri, layanan yang dipilih, serta kebutuhan khusus. Formulir tersebut terhubung dengan *WhatsApp* sehingga pengguna dapat melakukan konsultasi atau pemesanan secara langsung. Pada bagian akhir halaman terdapat informasi media sosial *FBeauty* yang bertujuan untuk memudahkan pengguna mengikuti perkembangan layanan dan promosi terbaru.

### *3.2* Hasil *Testing*

Tahap *testing* dalam proses desain menggunakan metode *design thinking* bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana *prototype website company profile FBeauty* telah memenuhi kebutuhan pengguna. Pengujian dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *Usability Testing* dan *System Usability Scale* (SUS).

#### 3.2.1 *Usability Testing*

Pengujian usability dilakukan menggunakan *platform Maze* dengan melibatkan 20 responden. Pada pengujian ini, setiap responden diminta menyelesaikan beberapa skenario penggunaan website yang meliputi membuka halaman utama, mengakses layanan, kursus, galeri, blog, serta halaman kontak. Selain menyelesaikan skenario yang telah ditentukan, responden juga diberikan kesempatan melakukan eksplorasi bebas terhadap *prototype* sehingga peneliti dapat mengamati pola navigasi pengguna selama menggunakan website.

**Tabel 3.** Pertanyaan Wawancara

| Indikator | Hasil |
|---|---|
| Jumlah Responden | 20 Orang |
| Jumlah Skenario | 6 Skenario |
| Tingkat Keberhasilan | 100% |
| Rata-rata Durasi Penyelesaian | 85,7 Detik |

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh responden berhasil menyelesaikan seluruh skenario yang diberikan. Selain itu, Maze juga mencatat rata-rata waktu penyelesaian seluruh rangkaian tugas sebesar 85,7 detik. Data tersebut menunjukkan bahwa prototype mampu digunakan dengan baik oleh pengguna untuk mengakses informasi yang tersedia pada website.

#### 3.2.2 *System Usability Scale* (SUS)

Pengujian dilakukan kepada 20 *responden* yang mencoba *prototype website FBeauty,* kemudian memberikan penilaian berdasarkan pengalaman saat menggunakan *prototype* tersebut. Diperoleh hasil rata-rata skor kuesioner *System Usability Scale* (SUS), diperoleh nilai sebesar 89,875 yang didapatkan dari jumlah skor dibagi jumlah *responden*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *prototype* memiliki tingkat *usability* yang baik dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 4.** Hasil Jawaban Kuisioner SUS

| RESPONDEN | P-1 | P-2 | P-3 | P-4 | P-5 | P-6 | P-7 | P-8 | P-9 | P-10 | TOTAL | X2.5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R-1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 1 | 39 | 97.5 |

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R-2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 1 | 37 | 92.5 |
| R-3 | 4 | 1 | 5 | 1 | 4 | 2 | 5 | 1 | 5 | 1 | 34 | 85 |
| R-4 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 38 | 95 |
| R-5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 5 | 2 | 33 | 82.5 |
| R-6 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 33 | 82.5 |
| R-7 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 4 | 1 | 5 | 1 | 37 | 92.5 |
| R-8 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 36 | 90 |
| R-9 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 36 | 90 |
| R-10 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 | 1 | 35 | 87.5 |
| R-11 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 38 | 95 |
| R-12 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 40 | 100 |
| R-13 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 36 | 90 |
| R-14 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 1 | 4 | 1 | 37 | 92.5 |
| R-15 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 35 | 87.5 |
| R-16 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 34 | 85 |
| R-17 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 37 | 92.5 |
| R-18 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 1 | 35 | 87.5 |
| R-19 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 | 30 | 75 |
| R-20 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 36 | 90 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | 1797.5 | |

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai redesain UI/UX *website company profile FBeauty* menggunakan metode *Design Thinking*, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa penelitian ini berhasil menghasilkan *prototype website company profile FBeauty* yang dirancang berdasarkan lima tahapan metode *Design Thinking*, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype,* dan *Testing*. *Prototype* yang dihasilkan terdiri dari halaman Beranda, Tentang Kami, Layanan, Detail Layanan, Kursus, Detail Kursus, Galeri, *Blog*, dan Kontak. Redesain antarmuka dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan pengguna sehingga menghasilkan tampilan yang lebih modern, informatif, dan mudah digunakan. Selain itu, berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan *prototype website company profile FBeauty* menunjukkan tingkat *usability* yang baik. Hasil *usability testing* menggunakan *Maze.co* menunjukkan bahwa seluruh responden berhasil menyelesaikan seluruh skenario pengujian dengan tingkat keberhasilan sebesar 100% dan rata-rata waktu penyelesaian selama 85,7 detik. Selain itu, hasil pengujian *System Usability Scale* (SUS) memperoleh nilai rata-rata sebesar 89,875, yang termasuk dalam kategori *Acceptable*, *Grade* A, dan *Excellent*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *prototype website company profile FBeauty* telah memenuhi kebutuhan pengguna, mudah digunakan, memiliki navigasi yang jelas, serta mampu memberikan pengalaman penggunaan yang positif. Dengan demikian, penerapan metode *Design Thinking* terbukti mampu membantu proses redesain *UI/UX website company profile FBeauty* sehingga menghasilkan *prototype* yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memiliki tingkat *usability* yang tinggi.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyelesaian jurnal ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bimbingan, dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Sri Mulyati, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan jurnal ini, Bapak dan Ibu Dosen pengajar di program studi Informatika atas segala ilmu bermanfaat yang telah dibagikan selama ini. Selain itu, kedua orang tua tercinta serta keluarga besar yang tidak pernah lelah memberikan doa, dukungan moral, dan material. Terima kasih telah menjadi alasan terbesar penulis untuk tidak menyerah dan menyelesaikan tanggung jawab ini.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**

JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]
**Volume 7 Nomor 4 Agustus 2026, Page 424-431**
ISSN 2808-005X (media online)
Available Online at http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin

# REFERENCES

[1] S. Fuada, E. Setyowati, N. Restyasari, Y. Mei, and L. Paris, "UI / UX Redesign of SH-UPI App Using Design Thinking Framework," vol. 8, no. September, pp. 1055–1063, 2024.

[2] Amalia, "PENGARUH METODE DESIGN THINKING TERHADAP KEMAMPUAN THE INFLUENCE OF DESIGN THINKING METHOD ON PEDAGOGICAL ABILITY," vol. 12, no. 1, 2025, doi: 10.25126/jtiik.2025129382.

[3] Z. Azis, R. Sugianto, I. Engineering, and S. Program, "Ethereal Lenscraft Company Profile UI / UX Design Using Design Thinking Approach," vol. 08, no. 01, pp. 98–106, 2025.

[4] M. Alviano, Y. Trimarsiah, P. Studi, T. Informatika, and U. M. Asia, "Jurnal Informatika dan Komputer ( JIK )," vol. 14, no. 1, pp. 37–44, 2023.

[5] F. Fitri, E. Nugraheni, and W. B. Priatna, "Company Profile sebagai Media Public Relations dalam Pembentukan Citra Positif KompasTV," vol. 9, no. 1, pp. 71–81, 2026.

[6] I. Sanjaya and M. A. Aqila, "PERANCANGAN UI/UX WEBSITE CV TIGA JAYA UNTUK MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," *J. Sains Inform. Terap.*, vol. 5, no. 1, pp. 62–69, 2026.

[7] E. Z. Dewi, M. Fransisca, R. I. Handayani, and F. L. D. Cahyanti, "Analysis and Design of UI / UX Mobile Applications for Marketing of UMKM Products Using Design Thinking Method," vol. 6, no. 4, pp. 2329–2339, 2022.

[8] B. Falalanggi, A. Setiawan, and P. Sukmasetya, "UI / UX design of UMKM entrepreneurship e-catalog website in Karangrejo tourism village using the design thinking method," vol. 1, pp. 1–7, 2024, doi: 10.31603/bistycs.127.

[9] N. Faizi and F. Purwaningtias, "UI / UX Design of a Production Information System at PT Belitang Panen Raya Using the Design Thinking Method," vol. 7, no. 158, pp. 108–117, 2023.

[10] C. Bautista *et al.*, "Perancangan UI / UX Pada Aplikasi PawsCare Menggunakan Metode Design Thinking UI / UX Design in the PawsCare Application Using the Design Thinking Method," vol. 4, no. 2, pp. 65–72, 2024.

[11] U. Indonesia, N. Zaafira, F. Teknik, P. Studi, and T. Industri, "UNIVERSITAS INDONESIA PERANCANGAN USER INTERFACE SIAK-NG DENGAN METODE DESIGN THINKING UNTUK MENDUKUNG UNIVERSITAS INDONESIA PERANCANGAN USER INTERFACE SIAK-NG DENGAN METODE DESIGN THINKING UNTUK MENDUKUNG," 2023.

[12] I. A. N. S. N. R. Faiza, H. Tolle, and D. C. A. Nugraha, "INOVASI RANCANGAN APLIKASI GIZI NUTRIEF DALAM OPTIMALISASI ASUPAN GIZI MENGGUNAKAN PENDEKATAN DESIGN THINGKING," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 11, no. 5, pp. 1125–1136, 2024, doi: 10.25126/jtiik.2024118020.

[13] R. P. Sari and S. R. Henim, "Integrating UX Five Elements and Design Thinking to Design a Learning Management System," vol. 12, no. 2, pp. 361–370, 2025, doi: 10.15294/sji.v12i2.24272.

[14] D. Dwiyanasari, O. D. Nurhayati, B. Surarso, and D. M. K. Nugraheni, "User Experience Improvement ( MSMEs and Buyers ) Mobile AR Using Design Thinking Methods," vol. 12, no. 2, pp. 235–246, 2025, doi: 10.15294/sji.v12i2.24088.

[15] H. M. Alfansuri, P. S. Putra, and R. A. Zunaidi, "Innovative Design of ITTS Mart Application with Design Thinking & System Usability Scale Method," vol. 8, no. 3, pp. 1369–1383, 2024.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

*Terakreditasi SINTA 5 SK :72/E/KPT/2024*
Submitted: **29/05/2026**; Accepted: **26/06/2026**; Published:**15/08/2026**