

**INOVASI E-KATALOG BERBASIS HUMAN CENTERED DESIGN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI EKOWISATA DI SMILING CORAL INDONESIA, PULAU PRAMUKA**  
*E-CATALOG INNOVATION BASED ON HUMAN-CENTERED DESIGN  
AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR MARINE ECOTOURISM  
AT SMILING CORAL INDONESIA, PRAMUKA ISLAND*

**Rahmi Tazkiya Alrizky<sup>1\*</sup>, Wahyuniar Pamungkas<sup>2</sup>, Nur Sakinah Junirahma<sup>3</sup>,  
Sunarto<sup>4</sup>, Ahmad Prawira Dhahiyat<sup>5</sup>**

<sup>1,3,5</sup>Program Studi Pariwisata Bahari, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjajaran

<sup>2,4</sup>Program Studi Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjajaran  
Jl. Raya Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat

\*Corresponding author email: [rahmitazkiya@gmail.com](mailto:rahmitazkiya@gmail.com)

Submitted: 31 July 2025 / Revised: 26 August 2025 / Accepted: 27 August 2025

<http://doi.org/10.21107/juvenil.v6i3.31515>

**ABSTRAK**

*Smiling Coral Indonesia merupakan organisasi yang aktif dalam mengembangkan inisiatif konservasi laut yang terintegrasi dengan aktivitas ekowisata di Pulau Pramuka. Dalam penyebaran informasi mengenai kegiatan tersebut, Smiling Coral Indonesia membutuhkan media promosi berupa katalog yang tersusun secara sistematis dan menarik bagi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan preferensi wisatawan dan pengelola Smiling Coral Indonesia, Pulau Pramuka mengenai aspek e-katalog terdahulu yang perlu diperbaiki sebagai dasar perancangan inovasi selanjutnya. Setelah preferensi diperoleh, dilakukan perancangan e-katalog inovasi melalui pendekatan Human Centered Design sebagai bentuk pembaruan media promosi aktivitas ekowisata di Smiling Coral Indonesia, Pulau Pramuka. Penelitian ini menggunakan metode mixed methods dengan teknik pengumpulan data secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan pengujian hasil rancangan menggunakan System Usability Scale (SUS). Analisis kegunaan melibatkan pengguna serta umpan balik dari ahli media komunikasi visual. Hasil penelitian menunjukkan e-katalog terdahulu memerlukan perbaikan pada aspek tampilan dan informasi. E-katalog inovasi berbasis website terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi mengenai paket ekowisata dan paket konservasi yang lebih terstruktur, menarik, dan mudah diakses oleh calon wisatawan. Perbaikan ini mendukung peningkatan profesionalisme Smiling Coral Indonesia sebagai penyedia layanan ekowisata serta memperkuat promosi nilai-nilai konservasi laut yang menjadi fokus utama dalam pengembangan ekowisata berkelanjutan di Pulau Pramuka.*

**Kata Kunci:** E-Katalog, Ekowisata, Human Centered Design (HCD), Pulau Pramuka.

**ABSTRACT**

*Smiling Coral Indonesia is an organization actively in developing marine conservation integrated with ecotourism activities on Pramuka Island. To disseminate information about these activities, Smiling Coral Indonesia requires a promotional medium in the form of a systematically organized and visually appealing catalog for prospective tourists. This study aims to identify the preferences of tourists and tourism managers regarding aspects of the previous e-catalog that need improvement as the foundation for the next design innovation. After collecting these preferences, the new e-catalog was developed using a Human-Centered Design approach as an updated promotional tool for Smiling Coral Indonesia's ecotourism activities. This research employed a mixed methods with purposive sampling. Data were obtained through in-depth interviews and Usability testing using the System Usability Scale (SUS). Usability analysis involved both users and feedback from visual communication media experts. The findings show that the previous e-catalog required improvements in terms of visual presentation and content structure. The newly designed e-catalog successfully enhances the effectiveness of information delivery about ecotourism and conservation packages, making it more organized, engaging, and accessible to potential visitors. These improvements support the professionalization of Smiling Coral*

Indonesia as an ecotourism service provider and strengthen the promotion of marine conservation values, which are central to the development of sustainable ecotourism on Pramuka Island.

**Keywords:** E-Catalogue, Ecotourism, Human Centered Design (HCD), Pramuka Island.

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, isu keberlanjutan telah menjadi perhatian utama dalam pengembangan sektor pariwisata. Hal ini berkaitan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap berbagai dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas pariwisata terhadap lingkungan alam dan budaya lokal di sekitar destinasi wisata (Adnyana, 2020). Oleh karena itu, pariwisata yang berkelanjutan menjadi prioritas dalam upaya menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan juga pelestarian lingkungan. Menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO, 2015), pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pariwisata yang sepenuhnya mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan pada masa kini dan masa depan, yang memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat setempat.

Prinsip pariwisata berkelanjutan selaras dengan konsep ekowisata, yang didefinisikan sebagai aktivitas wisata yang mementingkan faktor lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan ekonomi penduduk lokal. Untuk memastikan konsep ekowisata dapat diterapkan secara optimal, diperlukan dukungan strategi komunikasi yang tepat dan mudah diakses oleh berbagai pemangku kepentingan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai media penyebaran informasi yang mampu menjangkau khalayak banyak secara efektif dan efisien (Jaelani *et al.*, 2021).

Dalam penyebaran informasi seputar pariwisata berkelanjutan, teknologi digital dapat dijadikan sebagai alat yang efektif untuk memperkuat promosi destinasi wisata, dan memfasilitasi pengelolaan kegiatan pariwisata keberlanjutan. Selain meningkatkan efektivitas promosi pariwisata, pemanfaatan teknologi digital juga dapat mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals/SDG's* terutama goals 14 yang mencakup pelestarian sumber daya laut. Dengan teknologi digital, konten edukatif dapat disebarluaskan secara konsisten sebagai upaya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya melestarikan laut dengan menerapkan prinsip wisata yang bertanggung jawab. Transformasi

digital dalam pariwisata menciptakan kesempatan baru untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap suatu destinasi, memperkuat interaksi dengan wisatawan, dan memberikan pengalaman yang lebih personal. Di Indonesia, penggunaan teknologi digital dalam promosi pariwisata menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang bergantung pada informasi online dalam merencanakan aktivitas wisata mereka (Umam *et al.*, 2024). Melalui platform digital seperti e-katalog, informasi tentang aktivitas pariwisata berkelanjutan dapat disebarluaskan secara efektif. Platform seperti "*Wonderful Indonesia*" menampilkan e-katalog untuk menampilkan destinasi yang menerapkan praktik berkelanjutan, seperti informasi mengenai homestay ramah lingkungan atau perjalanan berbasis konservasi. Hal ini dapat mendorong wisatawan untuk memilih pilihan aktivitas pariwisata yang sejalan dengan pelestarian lingkungan.

Selaras dengan prinsip-prinsip keberlanjutan, salah satu organisasi yang mengembangkan inisiatif konservasi laut yang terintegrasi dengan ekowisata adalah Smiling Coral Indonesia (SCI), yang berada di Pulau Pramuka, Jakarta. SCI telah berkontribusi secara konsisten dalam kegiatan konservasi dan edukasi yang dikembangkan melalui konsep ekowisata dalam menjaga dan merestorasi ekosistem laut di Pulau Pramuka dalam aktivitas transplantasi terumbu karang, penanaman bibit Mangrove, dan pelepasan *clown fish*. Namun, berdasarkan temuan lapangan, Smiling Coral Indonesia masih menghadapi kendala dalam menawarkan paket ekowisata kepada wisatawan melalui e-katalog yang menarik dan tersusun rapi secara sistematis.

Setelah dilakukan wawancara singkat bersama pengelola dan wisatawan Smiling Coral Indonesia, e-katalog paket ekowisata terdahulu perlu diperbaiki dan disesuaikan, sehingga informasi yang tercantum pada e-katalog dapat tersampaikan secara menarik dan sistematis, serta mampu meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan pembelian terhadap paket ekowisata yang ditawarkan (Made *et al.*, 2016). Untuk mengatasi kendala tersebut, sebagai organisasi yang berkomitmen pada keberlanjutan dan pelestarian lingkungan,

Smiling Coral Indonesia dapat mengoptimalkan tampilan dan kegunaan e-katalog sebagai media promosi untuk produk yang mereka tawarkan. Pengembangan e-katalog paket ekowisata ini merupakan upaya yang efektif untuk menarik wisatawan agar berkontribusi dalam aktivitas ekowisata serta mengedukasi wisatawan mengenai pentingnya pelestarian lingkungan laut. (Saputra et al., 2023). Berdasarkan studi literatur penelitian terdahulu, beberapa penelitian menggunakan lokasi secara umum yaitu Kepulauan Seribu seperti penelitian mengenai pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata bahari di Kepulauan Seribu oleh Ayu, 2021. Dalam literatur tersebut, masih belum ditemukannya kajian secara spesifik membahas rancangan e-katalog ekowisata dengan pendekatan *Human Centered Design* (HCD) di Pulau Pramuka, khususnya pada Smiling Coral Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilaksanakannya penelitian ini dengan tujuan mengetahui aspek e-katalog terdahulu yang harus diperbaiki untuk dijadikan referensi dan

## MATERI DAN METODE

### Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Wilayah III, Taman Nasional Kepulauan Seribu (TNKpS) yang berlokasi di Smiling Coral Indonesia (SCI), Jalan Ikan Betok Susu, Kelurahan Pulau Panggang, Kecamatan Kepulauan Seribu Utara, Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menggali kebutuhan dan preferensi pengguna terhadap sebuah e-katalog, serta preferensi pengguna mengenai aspek apa saja yang perlu diperbaiki dari e-katalog Smiling Coral Indonesia terdahulu. Preferensi tersebut diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan jumlah delapan responden (Patton, 2015).

### Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling* untuk mendapatkan partisipan pada kategori pengguna. Menurut Patton (2015), *purposive sampling* memungkinkan peneliti

Setelah mengetahui aspek tersebut, maka selanjutnya adalah menghasilkan rancangan e-katalog paket ekowisata inovasi di Smiling menggunakan pendekatan Human Centered Design (HCD), yaitu pendekatan yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Pendekatan HCD diterapkan melalui tahapan identifikasi preferensi wisatawan dan pengelola, perancangan ide untuk menghasilkan solusi, dan iterasi untuk memastikan desain yang mendukung prinsip ekowisata, seperti pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal (Norman, 2013). Dengan demikian, rancangan e-katalog ini diharapkan dapat mendukung operasional Smiling Coral Indonesia secara optimal, sebagai media promosi yang efektif sekaligus memperkuat identitas Smiling Coral Indonesia, tak hanya sebagai organisasi konservasi, namun juga sebagai penyedia aktivitas ekowisata yang mengedepankan prinsip *sustainable*. Selain itu, e-katalog ini juga dirancang sebagai sarana edukasi yang mengajak partisipasi wisatawan dalam menjaga ekosistem laut melalui aktivitas ekowisata.

untuk memilih partisipan yang memiliki informasi kaya (*information-rich cases*), sehingga data yang diperoleh relevan dan mendalam meskipun jumlah partisipan relatif kecil dengan dengan jumlah partisipan 6 hingga 15. Dalam tahap identifikasi aspek katalog yang perlu diperbaiki, akan dilakukan wawancara mendalam bersama delapan partisipan sebagai narasumber dengan mempertimbangkan saturasi data, yaitu titik di mana informasi baru tidak lagi muncul. Kriteria narasumber tersebut adalah pengelola Smiling Coral Indonesia, wisatawan yang pernah menggunakan layanan Smiling Coral Indonesia dan wisatawan yang pernah menggunakan atau melihat e-katalog terdahulu paket ekowisata Smiling Coral Indonesia. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan menggunakan panduan pertanyaan terbuka untuk menggali persepsi, pengalaman, dan saran perbaikan e-katalog secara mendalam.

### Instrumen Pengujian Rancangan

Pada tahap pengujian rancangan, evaluasi rancangan e-katalog dilakukan menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) dengan melibatkan jumlah partisipan ideal, yaitu 20 responden (Lewis et al., 2018). Instrumen SUS terdiri atas 10 butir pertanyaan yang dirancang untuk menilai tingkat kegunaan sistem. Daftar pertanyaan SUS menurut Lewis et al., 2018 ditunjukkan pada **Tabel 1**.

**Tabel 1.** Instrumen pertanyaan *System Usability Scale*

No	Pertanyaan
1	Saya merasa akan sering menggunakan e-katalog ini.
2	Saya merasa e-katalog ini terlalu rumit.
3	Saya merasa e-katalog ini mudah digunakan.
4	Saya membutuhkan bantuan teknis untuk menggunakan e-katalog ini.
5	Saya merasa fungsi-fungsi dalam e-katalog ini terintegrasi dengan baik.
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten dalam e-katalog ini.
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan e-katalog ini dengan cepat.
8	Saya merasa e-katalog ini membingungkan untuk digunakan.
9	Saya merasa tidak ada hambatan saat menggunakan e-katalog ini.
10	Saya perlu mempelajari banyak hal untuk terbiasa dalam menggunakan e-katalog ini.

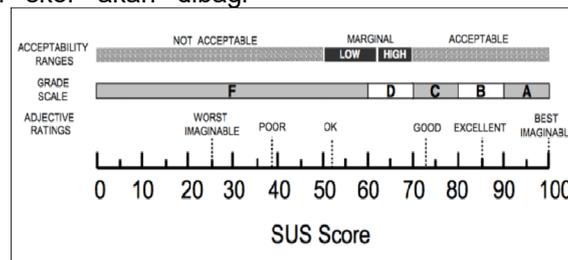
Langkah pertama dalam menghitung SUS adalah menentukan kontribusi skor setiap item, yang akan berkisar dari 0 hingga 4. Untuk pertanyaan yang berkonotasi positif (nomor ganjil), kontribusi skornya adalah posisi skala dikurangi 1. Sedangkan untuk pertanyaan dengan konotasi negatif (nomor genap) akan memberikan kontribusi skor 5 dikurangi posisi skala (Lewis *et al.*, 2018). Untuk mendapatkan skor SUS secara keseluruhan, jumlah kontribusi akan dikalikan dengan skor item dengan nilai 2,5. Selanjutnya untuk menghitung skor akhir SUS, jumlah skor akan dibagi

dengan jumlah responden. Berikut rumus perhitungan untuk nilai rata-rata SUS.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana,  $\bar{x}$ = Skor rata – rata;  $\sum x$ = Jumlah skor;  $n$ = Jumlah Responden

Adapun interpretasi hasil skor pengujian SUS oleh Lewis *et al.* (2018) ditunjukkan pada **Gambar 1.**



**Gambar 1.** Interpretasi Skor SUS

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara, e-katalog berperan sebagai media informasi utama untuk mengetahui jenis, harga, dan cara memesan produk. Dalam konteks paket ekowisata, e-katalog memiliki kegunaan untuk menampilkan informasi kepada pengguna seperti aktivitas wisata yang ditawarkan, detail harga setiap layanan, serta *itinerary* selama perjalanan ekowisata.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa e-katalog mampu membangun kesan positif dan mendorong minat untuk mempertimbangkan, bahkan melakukan pemesanan paket wisata. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa e-katalog memegang peran strategis dalam mempengaruhi persepsi dan keputusan pengguna sebagai bagian dari upaya promosi digital berbasis pengalaman pengguna (*user experience*). Chaffey *et al.*, (2019) mengemukakan bahwa e-katalog merupakan bagian dari perangkat digital marketing yang mendukung strategi *persuasive content*, di

mana penyajian konten visual yang informatif dan menarik secara strategis dapat memperkuat citra merek, meningkatkan keterlibatan pengguna, serta mendorong percepatan dalam pengambilan keputusan pembelian.

**Identifikasi kekurangan pada e-katalog sebelumnya**

Berikut ini merupakan kekurangan pada e-katalog sebelumnya yang diperoleh melalui kegiatan wawancara mendalam:

*Aspek Tampilan*

Tampilan e-katalog perlu ditingkatkan agar lebih konsisten, menarik, dan mudah dipahami. Beberapa poin mengenai tampilan yang menjadi perhatian dalam e-katalog ini adalah tata letak elemen, warna, pemilihan jenis huruf, dan navigasi alur baca. Narasumber menyampaikan bahwa poin – poin tersebut masih harus diperbaiki untuk memudahkan pengguna mendapat informasi e-katalog.

### Aspek Informasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa e-katalog paket ekowisata yang telah ada masih memiliki kekurangan dari segi kelengkapan informasi. Beberapa informasi yang dibutuhkan adalah detail teknis seperti durasi perjalanan berdasarkan jenis kapal yang digunakan, fasilitas lengkap untuk kegiatan *snorkeling*, ketentuan terkait layanan dokumentasi dan beberapa informasi lainnya. Selain itu, dibutuhkan penambahan informasi yang lebih rinci untuk meningkatkan pemahaman dan persepsi wisatawan terhadap layanan yang ditawarkan.

### Rancangan E-Katalog Inovasi berbasis Human Centered Design (HCD)

Rancangan e-katalog dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan pendekatan Human Centered Design (HCD), sehingga dalam proses perancangannya peneliti berfokus pada pemahaman terhadap hasil identifikasi kebutuhan, konteks, dan karakteristik pengguna sebagai dasar dalam proses perancangan solusi. Dalam proses perancangan e-katalog, pendekatan HCD diterapkan melalui tahapan identifikasi kebutuhan pengguna, identifikasi perbaikan aspek e-katalog terdahulu, penyusunan ide dan desain awal, serta pengujian rancangan bersama pengguna utama dan pihak ahli. Hasil dari proses tersebut digunakan sebagai dasar dalam merancang berbagai aspek dalam e-katalog, baik dari segi penyajian informasi, tampilan visual, maupun format penyajiannya. Penyajian e-katalog dalam rancangan ini menggunakan format berbasis *website* sebagai solusi inovatif dalam menyampaikan informasi paket ekowisata secara digital. Adapun tahap perancangan e-katalog ini terbagi menjadi 3 tahapan berikut.

### Desain

Proses perancangan dimulai dengan pembuatan desain awal menggunakan

platform Canva, yang mendukung perancangan elemen visual dilakukan secara fleksibel dan responsif terhadap masukan pengguna.

### Integrasi Rancangan

Desain yang telah dibuat di Canva kemudian disesuaikan dan diimplementasikan ke dalam struktur dan fitur pada WordPress. Pada tahap ini, *wireframe* diterjemahkan ke dalam tampilan web interaktif dengan penekanan pada navigasi yang intuitif, keterbacaan konten, serta penyajian informasi.

### Publikasi

Tahap selanjutnya adalah publikasi e-katalog yang dilakukan melalui layanan *hosting* yaitu Hostinger, yang menyediakan kecepatan akses dan stabilitas website untuk memenuhi kebutuhan pengguna yaitu dapat menjelajahi katalog secara lancar tanpa hambatan teknis.

Adapun pendekatan visual yang digunakan dalam konsep desain e-katalog ini adalah:

### Fotografi

Dalam perancangan e-katalog paket ekowisata ini, foto digunakan untuk memberikan representasi visual mengenai kegiatan ekowisata, daya tarik destinasi, serta interaksi wisatawan dengan lingkungan. Penggunaan foto ini juga bertujuan untuk membangun daya tarik dan mempermudah wisatawan dalam membayangkan pengalaman dan situasi lokasi yang akan mereka rasakan. Hal ini disesuaikan dengan teori penggunaan fotografi menurut Febriyanti (2023) yang menyatakan bahwa penyajian foto produk yang baik dan sesuai dapat memengaruhi minat konsumen serta berdampak langsung terhadap keputusan pembelian. Salah satu foto yang digunakan dalam e-katalog ini ditunjukkan pada **Gambar 2**.



**Gambar 2.** Fotografi E-Katalog Inovasi

Tipografi

Tipografi dalam rancangan e-katalog ini menggunakan jenis huruf *Sans-Serif*. Jenis huruf ini digunakan karena dikenal memiliki tingkat keterbacaan tinggi di media digital (Zainudin, 2021). Gaya huruf untuk jenis *Sans-Serif* yang digunakan pada e-katalog ini adalah Lato dan Poppins. Pemilihan gaya huruf Lato sebagai judul utama didasarkan pada

tampilannya yang profesional, sehingga mampu menarik perhatian pembaca tanpa mengurangi kesan ramah. Sementara itu, gaya huruf Poppins digunakan pada bagian deskripsi singkat karena bentuk hurufnya yang geometris dan seimbang secara visual, memberikan kesan modern serta memudahkan pengguna dalam memahami isi informasi. Gaya huruf yang digunakan pada e-katalog inovasi ditunjukkan pada (**Gambar 3.**)



Gambar 3. Tipografi E-Katalog Inovasi

Warna

Warna merupakan gelombang cahaya yang ditangkap oleh indra penglihatan (Karja, 2021). Menurut Marks (2006) warna mampu membentuk persepsi dalam benak seseorang dalam sekali lihat bahkan sebelum mereka

sempat menginterpretasikan kata atau gambar. Jenis warna yang digunakan dalam rancangan e-katalog ini sesuai dengan *brand color* Smiling Coral Indonesia yaitu Biru, Putih, Orange, dan Kuning. Kode warna yang digunakan dalam rancangan e-katalog dapat dilihat pada **Gambar 4.**



Gambar 4. Kode Warna E-Katalog Inovasi

Informasi E-Katalog Inovasi

Berdasarkan hasil wawancara bersama pengguna potensial, diperoleh berbagai masukan terkait kebutuhan informasi yang dianggap penting ketika menggunakan e-katalog paket ekowisata Smiling Coral

Indonesia. Informasi tambahan tersebut kemudian diakomodasi ke dalam perancangan e-katalog inovasi agar lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna. Berikut ini tabel elemen informasi yang ditambahkan pada e-katalog inovasi.

Tabel 1. Perbandingan Informasi E-Katalog Sebelum dan Inovasi.

No	Elemen Informasi	Sebelum	Inovasi	Keterangan
1	Durasi perjalanan ekowisata	Sudah disajikan	Sudah disajikan	Perubahan gaya huruf dan warna.
2	Detail pilihan Kapal Pulang Pergi	Hanya tersedia gambar	Tersedia secara terperinci	Ditambahkan informasi detail berupa jadwal, durasi, dan titik keberangkatan setiap jenis kapal
3	Harga layanan per pax Berdasarkan Kapal	Tersedia	Disajikan lebih sistematis	Informasi harga dikelompokkan per jenis kapal
4	Deskripsi singkat fasilitas	Tidak tersedia	Ditambahkan	Memberikan deskripsi singkat setiap fasilitas utama dalam setiap paket
5	Detail pilihan penginapan	Hanya tersedia gambar	Ditambahkan	Menampilkan jenis penginapan, fasilitas kamar, dan lokasi penginapan
6	<i>Itinerary</i>	Sudah disajikan	Disajikan lebih terstruktur	<i>Itinerary</i> dibagi per waktu, dengan tampilan visual dan ikon

No	Elemen Informasi	Sebelum	Inovasi	Keterangan
7	Paket Jelajah Laut	Tidak tersedia	Diinformasikan secara khusus	Paket ini kini ditambahkan sebagai bagian dari penawaran utama dalam e-katalog
8	Paket Khusus Konservasi	Tidak tersedia	Diinformasikan secara khusus	Rincian paket ditambahkan berupa harga dan fasilitas.

Tabel di atas menampilkan informasi yang ditambahkan pada e-katalog inovasi sesuai dengan preferensi pengguna berdasarkan hasil wawancara mendalam. Penambahan informasi dilakukan sesuai dengan pendekatan *Human Centered Design* yang berfokus kepada kebutuhan pengguna.

**Konten e-katalog inovasi**

Adapun daftar konten pada e-katalog inovasi adalah sebagai berikut:

- 1) Header
- 2) Landing Page
- 3) Halaman Navigasi
- 4) Footer
- 5) Paket Jelajah Laut
- 6) Program Khusus Konservasi
- 7) Ikon Media Sosial
- 8) Tombol Navigasi
- 9) Gambar Kegiatan
- 10) Peta Interaktif
- 11) Ulasan wisatawan

**Tampilan E-Katalog Inovasi Header**

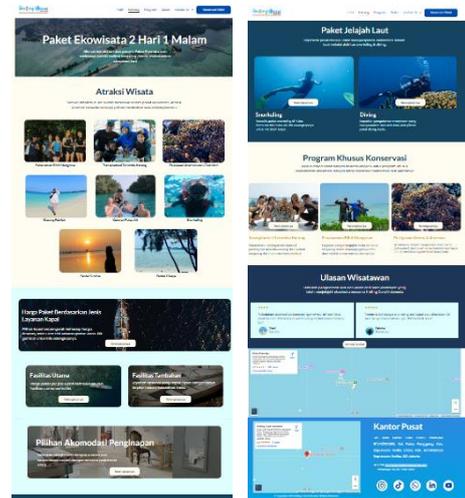
Tampilan *header* merupakan bagian paling atas pada halaman Landing Page. Tampilan ini memberikan informasi mengenai durasi perjalanan paket ekowisata yang disediakan oleh Smiling Coral Indonesia. Tampilan *header* dapat dilihat pada (**Gambar 5**).



**Gambar 5.** Header E-Katalog Inovasi

**Landing Page**

Landing page merupakan halaman pertama pada e-katalog berbasis website ini. Tampilan *landing page* memuat konten informasi setiap elemen informasi pada paket dan dapat dilihat pada (**Gambar 6**).



**Gambar 6.** Landing Page E-Katalog Inovasi

**Halaman Navigasi  
Halaman harga paket per pax**

Harga paket per pax dapat dilihat setelah pengguna mengetuk konten "Harga Paket per Pax Berdasarkan Jenis Kapal" pada halaman *landing page*. Adapun halaman navigasi tersebut ditunjukkan pada **Gambar 7**.



**Gambar 7.** Halaman Harga Paket

**Halaman fasilitas utama**

Dengan pola yang sama dengan sebelumnya, halaman ini dapat dilihat setelah pengguna mengetuk konten "Fasilitas Utama" pada

landing page. Tampilan halaman fasilitas utama ditunjukkan pada **Gambar 8**.



**Gambar 8.** Halaman Fasilitas Utama

*Halaman fasilitas tambahan*

Halaman ini berisi fasilitas tambahan menampilkan fasilitas terpisah yang membutuhkan biaya tambahan. Tampilan halaman fasilitas tambahan ditunjukkan pada **Gambar 9**.



**Gambar 9.** Halaman Fasilitas Tambahan

*Halaman pilihan akomodasi*

Informasi mengenai pilihan akomodasi disajikan lebih rinci dengan beberapa pilihan akomodasi yang dapat dipilih oleh wisatawan. Berikut tampilan halaman navigasi ini.



**Gambar 10.** Halaman Pilihan Akomodasi

*Halaman paket diving*

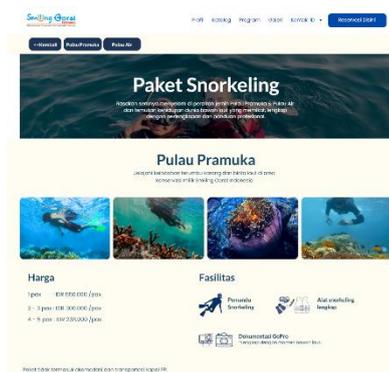
Paket diving diinformasikan lebih lanjut pada e-katalog inovasi dan dikemas menjadi “Paket Jelajah Laut” bersama dengan paket snorkeling. Halaman navigasi paket diving dapat dilihat pada (**Gambar 11**).



**Gambar 11.** Halaman Paket Diving

*Halaman paket snorkeling*

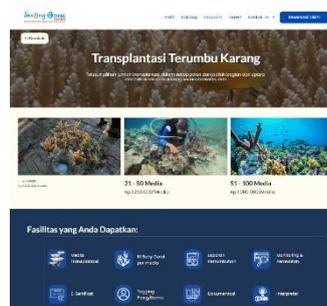
Format penyajian pada halaman ini sama dengan halaman navigasi paket diving, yaitu judul paket, dokumentasi, harga, dan fasilitas. Tampilan ini dapat dilihat pada (**Gambar 12**).



**Gambar 12.** Halaman Paket Snorkeling

*Halaman paket transplantasi karang*

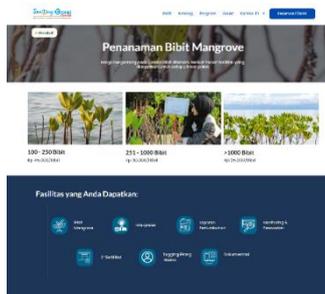
Paket ini merupakan bagian dari “Program Khusus Konservasi” dan memiliki tampilan yang sama dengan halaman navigasi penanaman bibit mangrove dan pelepasan anemon dan ikan nemo. Adapun tampilan halaman ini dapat dilihat pada (**Gambar 13**).



**Gambar 13.** Halaman Transplantasi Karang

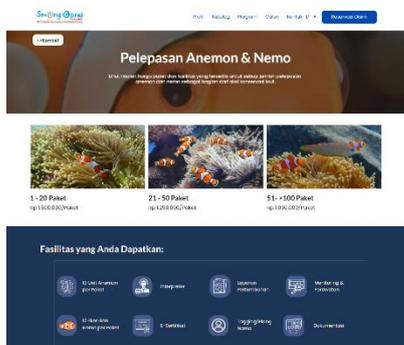
Halaman paket penanaman Bibit Mangrove

Halaman ini menampilkan harga setiap pemesanan bibit dengan jumlah yang berbeda, dan juga fasilitas yang akan didapatkan oleh wisatawan. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada (Gambar 14).



Gambar 14. Halaman Paket Mangrove

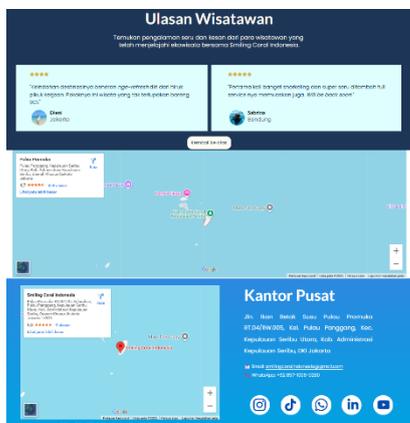
Halaman Paket Anemon dan Nemo



Gambar 15. Halaman Anemon dan Nemo

Footer

Tampilan footer merupakan tampilan pada bagian bawah e-katalog yang ditampilkan pada setiap halaman navigasi. Selanjutnya pada (Gambar 14) ditampilkan tampilan konten ulasan wisatawan, peta interaktif, dan footer pada e-katalog inovasi.



Gambar 16. Tampilan Konten Ulasan Wisatawan, Peta Interaktif dan Footer

Footer merupakan tampilan dari bagian paling bawah e-katalog yang muncul pada landing page dan setiap halaman navigasi. Footer pada e-katalog menampilkan peta interaktif, alamat kantor pusat, dan juga media sosial untuk memudahkan pengguna dalam mengakses paket ekowisata.

Hasil Pengujian Rancangan

Berdasarkan hasil penilaian rancangan e-katalog oleh 20 responden yang telah mengisi kuesioner pertanyaan SUS, diperoleh total nilai skor sebesar 1.730. Untuk menghitung nilai rata-rata System Usability Scale (SUS), total skor tersebut dibagi dengan jumlah responden yang terlibat, yaitu sebanyak 20 orang. Dengan demikian, nilai rata-rata skor SUS yang diperoleh adalah 86,95 atau jika dibulatkan menjadi 87. Untuk mengetahui tingkat Usability dari rancangan e-katalog yang telah dikembangkan, digunakan skala interpretasi System Usability Scale (SUS) berdasarkan nilai rata-rata akhir yang diperoleh, yaitu sebesar 87. Menurut Lewis et al. (2018) berikut ini merupakan interpretatif dari skor yang dihasilkan:

Grade Scale, nilai SUS, skor 87 termasuk ke dalam kelas A, yang berarti e-katalog ini memiliki tingkat kegunaan yang sangat baik. Hasil ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan penelitian usability pada Sistem Informasi Manajemen Baznas (SIMBA) oleh Sukma et al. (2023), yang hanya memperoleh skor 63,38 dan berada pada peringkat C dengan keterangan "cukup baik."

Adjective Rating, skor tersebut berada dalam kategori "Excellent", yang menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap rancangan e-katalog sangat positif dan memuaskan.

Acceptability Ranges, nilai 87 tergolong dalam kategori "Acceptable" yang menandakan bahwa e-katalog layak untuk digunakan secara luas tanpa hambatan yang berarti.

Dengan demikian, hasil evaluasi menunjukkan bahwa rancangan e-katalog memiliki tingkat kegunaan yang tinggi serta dapat diterima dengan sangat baik oleh pengguna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat aspek yang perlu diperbaiki pada e-katalog paket ekowisata SCI sebelumnya yaitu aspek tampilan dan aspek informasi. Perancangan e-katalog inovasi dilakukan dengan pendekatan Human Centered Design (HCD), yang

menempatkan pengguna sebagai pusat dalam setiap tahapan perancangan. Dengan menggunakan pendekatan visual yang sesuai dengan preferensi pengguna, hasil e-katalog paket ekowisata inovasi berbasis *Human Centered Design* terbukti memiliki kemudahan penggunaan yang sangat tinggi berdasarkan hasil pengujian menggunakan SUS yaitu dengan skor 87. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan media promosi ekowisata berbasis *Human Centered Design* di Pulau Pramuka sebagai kawasan konservasi laut, dengan memberikan model implementasi e-katalog yang efektif sebagai sarana promosi dan juga mampu mendukung pelestarian lingkungan. Pengembangan e-katalog paket ekowisata selanjutnya disarankan agar e-katalog dapat terintegrasi dengan aplikasi booking online yang memungkinkan pengguna untuk langsung melakukan pembelian pada aplikasi tanpa harus menghubungi penyedia layanan wisata. Katalog selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan *user experience* yang meningkatkan nilai edukasi untuk mengajak wisatawan berkontribusi dalam langkah konservasi dalam pelestarian ekosistem laut bersama Smiling Coral Indonesia, terutama di kawasan Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam dalamnya kepada rekan penelitian ini atas arahan dan bantuannya serta pihak pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu atas kontribusi terhadap artikel ilmiah yang telah ditulis ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abryan, O. H., & Justin, M. R. (2025). Perancangan E-katalog Wisata Bakauheni Harbour City Lampung Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Analogous*, 2(1), 23-36. Retrieved from <https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/Analogous/article/view/602>.
- Adnyana, I. M. (2020). Dampak green tourism bagi pariwisata berkelanjutan pada era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1582-1592. (DOI: <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.692>)
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223-232. DOI: <https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1478>
- Brooke, J. (2013). SUS: A Retrospective (Vol. 8). Retrieved from [JUS Journal Template](https://www.jusjournal.com/2013/08/08/sus-a-retrospective/).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Diswandi, D., Fadliyanti, L., Afifi, M., & Hailuddin, H. (2021). Achieving Sustainable Tourism through Payment for Ecosystem Service (PES) Program: Case Study of Marine Tourism in Gili Matra Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 22(1), 12-20. (DOI: <https://doi.org/10.18196/jesp.v22i1.11083>)
- International Organization for Standardization (ISO). 2019. *Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive systems. International Standard, ISO 9241-210*.
- Jaelani, A., & Hanim, T. F. (2021). Teknologi digital, keberlanjutan lingkungan, dan desa wisata di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 237-244. (DOI: [10.24235/jm.v6i2.9613](https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.9613))
- Karja, I. W. (2021, November). Makna warna. In *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara (Vol. 1)*.
- Kasim, A., Bessie, J. L. D., & Antonio ELNyoko. (2017). STRATEGI PROMOSI PARIWISATA KOTA KUPANG MELALUI PEMBUATAN MEDIA KATALOG WISATA (Vol. 4, Issue 1)
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Kurniati, N., & AS, M. S. (2023). Pembuatan Katalog Wisata Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Desa Batu Putih Kecamatan Sekotong Kabupaten Lombok Barat. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9), 115-123.
- Lewis, J. R., & Sauro, J. (2018). Item Benchmarks for the *System Usability Scale*. In *Journal of Usability Studies (Vol. 13)*.
- Made, N., Martinayanti, P., & Setiawan, P. Y. (2016). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Persepsi Risiko Pada Niat Beli Produk Fashion Via Instagram Di Kota Denpasar (Vol. 5, Issue 4).
- Marks, T. (2006). *Color harmony: Layout – More than 800 color ways for layouts that work*. Rockport Publishers.

- Norman, D. A. (2023). *Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity centered*. MIT Press.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.).
- Rosaldy, A. T. R., Az-Zahra, H. M., & Wardani, N. H. (2024). Perancangan User Experience Aplikasi Go UMKM by BSI Berbasis Mobile Menggunakan Metode Human Centered Design (HCD). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(3). Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/13544>.
- Saputra, K. S. A., & Suniantara, I. K. P. (2023). Sistem Informasi e-Tourism Ekowisata Hutan Mangrove Se-bagai Media Promosi Pariwisata Bali Berbasis Android. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(3), 171–185.  
<https://doi.org/10.35746/jtim.v5i3.364>
- Sukma, A. P., Yusuf, R., & Dai, R. H. (2023). Analisis Pengukuran *Usability* Sistem Informasi Manajemen Baznas (Simba) Menggunakan Metode *System Usability Scale* (Sus). *Diffusion: Journal of Systems and Information Technology*, 3(2), 224-231. (DOI: <https://doi.org/10.37031/diffusion.v3i2.21342>)
- Umam, T. K., & Musliyana, Z. (2024). PERANCANGAN VIDEO ANIMASI 3D VIRTUAL SABANG KILOMETER NOL MENGGUNAKAN BLENDER 4.2. *JOURNAL OF INFORMATICS AND COMPUTER SCIENCE*, 10(1), 41-47.
- UNWTO. (2016). *Tourism Highlights 2016 Edition*. *United Nations World Tourism Organization*.  
<https://www.unwto.org/publication/unw-to-tourism-highlights-2016-edition>.
- UNWTO. (2018). *Tourism Highlights: 2018 edition*. *United Nations World Tourism Organization*.  
<https://www.unwto.org/publication/unw-to-tourism-highlights-2018-edition>
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-131.