

PENERAPAN KANSEI ENGINEERING PADA PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE DIGITECT UNIVERSITY

APPLICATION OF KANSEI ENGINEERING IN USER INTERFACE DESIGN OF THE DIGITECT UNIVERSITY WEBSITE

Tarsinah Sumarni¹, Fahmi Abdullah²

^{1,2} Sekolah Tinggi Teknologi Bandung

¹tarsinah1991@gmail.com, ²tasik.fahmi@gmail.com

Corresponding author: tarsinah1991@gmail.com

History:

Abstrak. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi diantaranya perkembangan teknologi website saat ini maka semakin mudah akses terhadap informasi yang dibutuhkan. Website merupakan salah satu faktor penting bagi setiap organisasi khususnya lembaga pendidikan karena dapat memberikan kemudahan dan dapat menyajikan banyak informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tampilan website menjadi salah satu faktor penting oleh karena itu dibutuhkan perancangan *user interface* yang menarik dan efektif agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Dalam proses desain sebuah produk yang penggunaannya adalah manusia, maka tidak terlepas dari ilmu *Human Computer Interaction* (HCI). Thomas T. Hewett dan rekan-rekannya dalam organisasi *Special Interest Group on Computer-Human Interaction* (SIGCHI) mendefinisikan HCI sebagai disiplin ilmu yang berkaitan dengan desain, evaluasi dan implementasi sistem komputasi interaktif untuk penggunaan oleh manusia dan untuk studi seputar fenomena yang ada di sekitarnya (Hewett, 2009). Penelitian ini telah mengimplementasikan *Kansei Engineering* untuk menghasilkan rekomendasi konsep desain tampilan website Digtect University. Daftar *kansei word* yang digunakan sebanyak 15 kata dan spesimen website yang dipilih sebanyak 15 spesimen. Penelitian ini melibatkan 70 partisipan yang terdiri dari 60 orang mahasiswa dan 10 orang dosen. Hasil kuesioner dari partisipan kemudian diolah dengan menggunakan analisis statistik multivariat yakni *Cronbach's Alpha*, *Coefficient Correlation Analysis* (CCA), *Principal Component Analysis* (PCA), *Factor Analysis* (FA) dan analisis *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini menghasilkan produk desain dengan konsep desain untuk seluruh partisipan menghasilkan konsep emosi "MEWAH".

Kata kunci: *Kansei Engineering*, *User Interface*, Perasaan, Perguruan Tinggi, *Website*

Abstract. Along with the rapid development of technology, including the development of website technology today, it is easier to access the information needed. Website is one of the important factors for every organization, especially educational institutions because it can provide convenience and can present a lot of information needed by the community. The appearance of the website is one of the important factors, therefore an attractive and effective user interface design is needed so that the message can be conveyed properly. In the design process of a product whose users are humans, it cannot be separated from the science of *Human Computer Interaction* (HCI). Thomas T. Hewett and his colleagues in the *Special Interest Group on Computer-Human Interaction* (SIGCHI) organization define HCI as a scientific discipline concerned with the design, evaluation and implementation of interactive computing systems for human use and for the study of phenomena around them [1]. This research has implemented *Kansei Engineering* to produce recommendations for the design concept of the Digtect University website display. The kansei word list used was 15 words and the website specimens selected were 15 specimens. This research involved 70 participants consisting of 6 students and 10 lecturers. The results of the questionnaire from the participants were then processed using multivariate statistical analysis, namely *Cronbach's Alpha*, *Coefficient Correlation Analysis* (CCA), *Principal Component Analysis* (PCA), *Factor Analysis* (FA) and *Partial Least Square* (PLS) analysis. This research resulted in a design product with a design concept for all participants resulting in the emotion concept of "MEWAH".

Keywords: *Kansei Engineering*, *User Interface*, Feeling, College, *Website*

1 Pendahuluan

Website merupakan salah satu produk teknologi informasi yang menjadi antarmuka tampilan bagi pengguna internet. *Website* terdiri dari satu atau lebih halaman web yang berisi informasi dan dapat diakses oleh orang yang menggunakan jaringan internet (Oxford University, 2012). *Website* mempunyai fungsi yang bermacam-macam tergantung dari tujuan dan jenis *website* yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat berfungsi sebagai media promosi, pemasaran, informasi, pendidikan dan komunikasi (Darmawan, 2013). *Website* dibuat untuk berbagai kepentingan oleh beragam organisasi, salah satunya di bidang pendidikan seperti perguruan tinggi atau universitas. Sebuah *website* yang efektif akan dapat meningkatkan kredibilitas, *brand* nama perguruan tinggi, meningkatkan kepuasan penggunaannya dan akan menghemat waktu dan biaya (Sherwin, 2016).

Digitect University merupakan gabungan dari beberapa perguruan tinggi swasta yang kemudian bertransformasi menjadi universitas setelah selama 25 tahun berkiprah untuk membangun masyarakat yang memiliki pengetahuan luas dan berakhlakul karimah, sebagai salah satu universitas yang baru didirikan, memiliki *website* yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna merupakan salah satu faktor penting karena dapat memberikan banyak informasi sehingga dapat menarik calon peserta didik. Dalam proses menghasilkan produk baru seorang *Kansei Engineer* pertama kali harus memilih cara yang diperlukan untuk meraih *kansei* konsumen.

Adapun pada penelitian ini, tahap pertama penulis melakukan investigasi dengan mengumpulkan dan menentukan *kansei word* yang sesuai. Tahap kedua, melakukan evaluasi dengan mengambil data kuesioner dari partisipan kemudian melakukan analisis statistik multivariat. Tahap ketiga, menghasilkan rekomendasi elemen-elemen *user interface* apa saja yang sesuai dengan keinginan pengguna dengan menggunakan pendekatan KE tipe 1. Penelitian-penelitian tentang desain tampilan *website* sudah dilakukan sebelumnya untuk *website* e-commerce (Lokman, Nagamachi, 2009) (Noor, Lokman, 2008), dan *website* E-learning (Hadiana, Lokman, 2016)(Isa, Hadiana, 2017)(Wicaksono, Hadiana, 2016), pada penelitian tersebut proses KE tipe 1 dilakukan sampai dengan rekomendasi elemen desain. Kemudian pada salah satu penelitian implementasi KE, penelitiannya menghasilkan rekomendasi elemen desain dari KE disimulasikan dengan membuat *prototype website* perguruan tinggi pada sebuah file HTML dan CSS (Ramadhan, 2018), sedangkan pada penelitian ini hasil rekomendasi elemen desain dari KE akan dibuatkan perancangan *user interface* nya.

2 Kajian Pustaka

2.1 Kansei Engineering

Menurut kamus Bahasa Jepang, *kansei* berarti kepekaan/*sensitivity*. *Kansei* adalah hasil melalui kognisi dan panca indra: penglihatan, pendengaran, rasa, bau, dan sentuhan. Ada fungsi kognisi, yang berkaitan dengan ingatan, penilaian, interpretasi, dan pemikiran. *Kansei* dihasilkan melalui proses kognisi setelah panca indra kita bekerja (Nagamachi, 2011). Sedangkan pengertian tentang *Kansei Engineering* (KE) adalah sebuah teknologi yang menterjemahkan perasaan konsumen kedalam desain produk (Nagamachi, 2011) (Ramakrisnan dkk, 2013).

Teknik pengukuran *kansei* konsumen bergantung kepada metodologi dari tipe KE yang akan digunakan. Setidaknya terdapat 8 tipe dari KE yaitu sebagai berikut (Lokman, Haron dkk, 2013)(Syaifoelida, Yahaya dkk, 2013):

1. Tipe 1 adalah *Category Classification*
2. Tipe 2 adalah *Kansei Engineering System*
3. Tipe 3 adalah *Hybrid Engineering System*
4. Tipe 4 adalah *Kansei Engineering Modelling*
5. Tipe 5 adalah *Virtual Kansei Engineering*
6. Tipe 6 adalah *Collaborative KE Design*
7. Tipe 7 adalah *Concurrent KE*
8. Tipe 8 adalah *Rough Set KE*

2.2 Analisis Statistik Multivariat

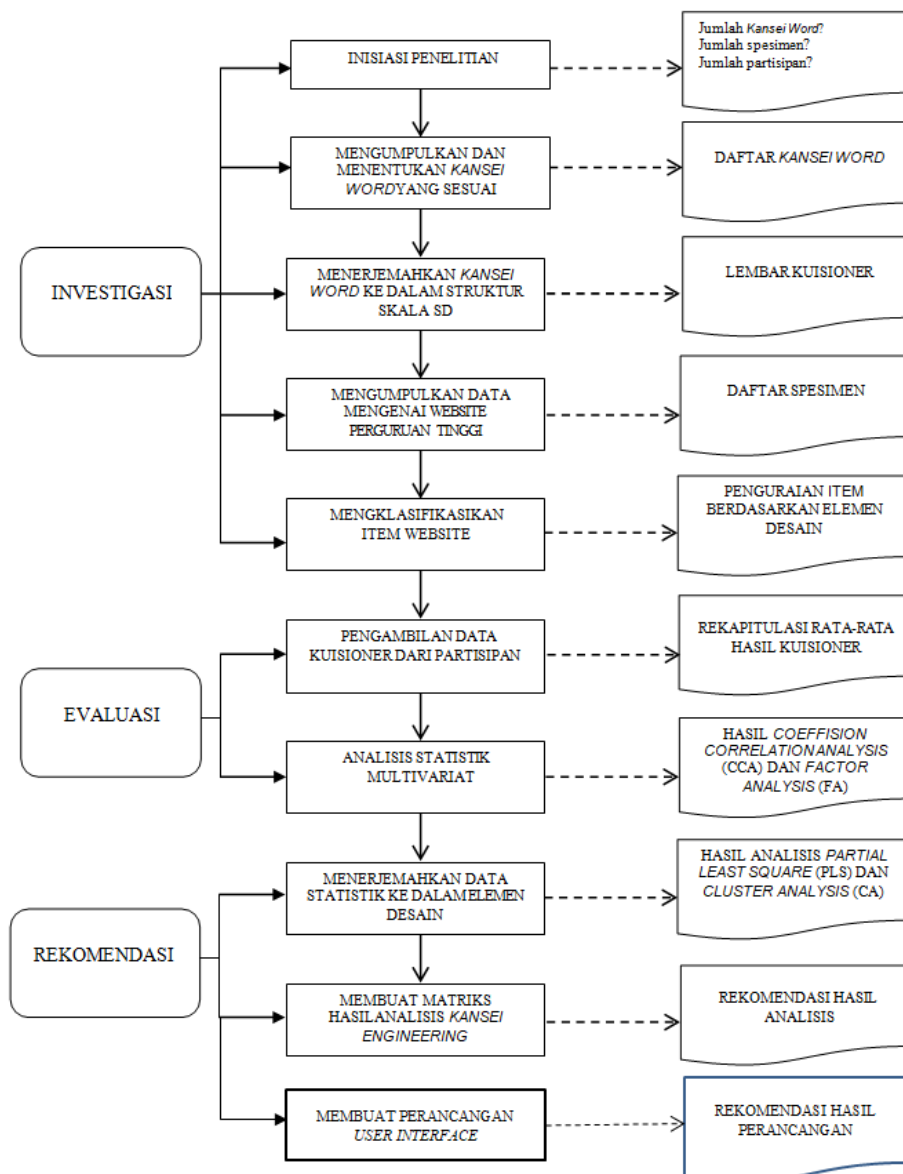
Analisis statistik multivariat merupakan proses untuk menganalisis penghitungan statistik menggunakan metode statistik multivariat (Ramadhan, 2018). Analisis multivariat yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Cronbach's Alpha*: merupakan metode yang berguna untuk mengukur tingkat reliabilitas data.

2. *Coefficient Correlation Analysis (CCA)*: Analisis CCA digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara masing-masing KW.
3. *Principal Component Analysis (PCA)*: PCA digunakan menggambarkan arah dan dominasi dari variabel-variabel data penelitian yakni KW dan spesimen.
4. *Factor Analysis (FA)*: analisis ini bertujuan untuk memperkuat hasil analisis sebelumnya yakni PCA.
5. *Partial Least Square (PLS)*: pada tahapan ini hasil analisis PCA dan FA yang merupakan konsep emosi akan diterjemahkan menjadi elemen desain dengan menggunakan analisis PLS. Tujuan utama dari proses analisis ini adalah untuk mengetahui elemen desain yang sangat mempengaruhi emosi partisipan.

3 Metode

Metodologi yang digunakan adalah metodologi KE tipe 1 yang memecah sebuah konsep desain menjadi sub-konsep dan akan manafsirkan karakteristik fisik dari desain produk (Nagamachi, 2011). Dalam penelitian ini tahapan-tahapannya diuraikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Hasil dan Pembahasan

3.1 Mengumpulkan dan Menentukan Kansei Word yang sesuai

Pemilihan *Kansei Word* (KW) berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengguna website perguruan tinggi dan melalui studi literatur penelitian yang terkait, buku referensi dan majalah. Dari proses ini dihasilkan daftar KW sebanyak 15 kata yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Kansei Words

	<i>Kansei Word</i>	Keterangan
1	INFORMATIF	Memberi informasi yang dibutuhkan, mudah dalam penggunaan
2	FUTURISTIK	Memberikan kesan teknologi canggih
3	SEDERHANA	Tidak terlalu ramai dan tidak terlalu banyak konten
4	MEWAH	Memberi kesan lux, glamour, kelas atas
5	FEMINIM	Memberikan kesan feminim, girly, biasanya didominasi warna pink/ungu
6	COLORFUL	Penuh warna, banyak variasi warna
7	LEMBUT	Menimbulkan perasaan lembut, tidak menyilaukan mata
8	NYAMAN	Menimbulkan perasaan tenang, mudah
9	SERASI	Memberikan keselarasan warna, kontras, matching
10	ALAMI	Memberikan kesan natural/alami
11	FORMAL	Memberikan kesan dewasa, sesuai dengan aturan
12	FUN	Memberikan kesan menyenangkan
13	PASSION	Menimbulkan kesan semangat, bergairah
14	MODERN	Menimbulkan kesan mengikuti perkembangan jaman
15	KREATIF	Memberikan kesan penuh daya cipta

3.2 Menerjemahkan Kansei Word ke dalam Struktur Skala SD (Semantic Differential)

Pada tahap ini *kansei word* yang terpilih dibuat skala SD untuk kuesioner. Setiap *kansei word* diberi penjelasan untuk menghindari kesalahan pemahaman serta agar dapat mempermudah partisipan dalam memberikan penilaian. Contoh lembar kuesioner dapat dilihat pada tabel 2 :

Tabel 2. Lembar Kuesioner dengan derajat 5 skala SD

	<i>KANSEI WORD</i>	SCORE PENILAIAN					<i>KANSEIWORD</i>
		5	4	3	2	1	
1	INFORMATIF (Memberi informasi yang dibutuhkan, mudah dalam penggunaan)						TIDAK INFORMATIF

	KANSEI WORD	SCORE PENILAIAN					KANSEIWORD
		5	4	3	2	1	
2	FUTURISTIK (Memberikan kesan teknologi canggih)						TIDAK FUTURISTIK
3	SEDERHANA (Tidak terlalu ramai dan tidak terlalu banyak konten)						TIDAK SEDERHANA
4	MEWAH (Memberi kesan lux, glamour, kelas atas)						TIDAK MEWAH
5	FEMINIM (Memberikan kesan feminim, girly, biasanya didominasi warna pink/ ungu)						TIDAK FEMINIM
6	COLORFUL (Penuh warna, banyak variasi warna)						TIDAK COLORFUL
7	LEMBUT (Menimbulkan perasaan lembut, tidak menyilaukan mata)						TIDAK LEMBUT
8	NYAMAN (Menimbulkan perasaan tenang, mudah)						TIDAK NYAMAN
9	SERASI (Memberikan keselarasan warna, kontras, matching)						TIDAK SERASI
10	ALAMI (Memberikan kesan natural/alami)						TIDAK ALAMI
11	FORMAL (Memberikan kesan dewasa, sesuai dengan aturan)						TIDAK FORMAL
12	FUN (Memberikan kesan menyenangkan)						TIDAK FUN
13	PASSION (Menimbulkan kesan semangat, bergairah)						TIDAK PASSION
14	MODERN (Menimbulkan kesan mengikuti perkembangan jaman)						TIDAK MODERN
15	KREATIF (Memberikan kesan penuh daya cipta)						TIDAK KREATIF

3.3 Mengumpulkan Data Mengenai Website

Pada tahap ini spesimen awal *website* perguruan tinggi dikumpulkan berdasarkan penilaian versi webometrics menggunakan tiga indikator yang meliputi *visibility*, *transparency*, dan *excellence* dengan bobot masing-masing (Webometrics, 2023). Berdasarkan kriteria tersebut menghasilkan urutan ranking Universitas Terbaik di Indonesia versi webometrics yang resmi diumumkan bulan januari 2023, urutan ranking 15 terbesar akan menjadi daftar spesimen awal. Setelah spesimen awal dikumpulkan kemudian akan disaring berdasarkan elemen desain sehingga menghasilkan daftar spesimen yang valid. Daftar spesimen valid dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel 3. Daftar Spesimen Valid

NO	SPESIMEN	WEBSITE
1	Universitas Indonesia	https://www.ui.ac.id/
2	Universitas Gadjah Mada	https://ugm.ac.id/id/
3	Institut Teknologi Bandung / Bandung Institute of Technology	https://www.itb.ac.id/
4	Universitas Brawijaya	https://ub.ac.id/id/
5	Universitas Airlangga	https://unair.ac.id/
6	IPB University / Bogor Agricultural University	https://ipb.ac.id/
7	Universitas Sebelas Maret UNS Surakarta	https://uns.ac.id/id/
8	Universitas Diponegoro	https://www.undip.ac.id/
9	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	https://www.its.ac.id/
10	Universitas Pendidikan Indonesia	https://www.upi.edu/
11	Universitas Hasanuddin	https://www.unhas.ac.id/
12	Telkom University / Universitas Telkom	https://telkomuniversity.ac.id/
13	Universitas Bina Nusantara	https://binus.ac.id/
14	Universitas Sumatera Utara	https://www.usu.ac.id/
15	Universitas Negeri Yogyakarta	https://www.uny.ac.id/

3.4 Mengklasifikasikan Item Website

Setelah spesimen berhasil dipilih, maka proses penelitian selanjutnya adalah mengklasifikasikan elemen-elemen desain spesimen ke dalam sebuah matriks elemen desain. Klasifikasi elemen desain dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 2. Klasifikasi Elemen Design

3.5 Pengambilan Data Kuisisioner dari Partisipan

Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan data dari partisipan yang mengisi kuisisioner. Berkaitan dengan jumlah partisipan yang terlibat menurut Mitsuo Nagamachi, seperti yang dikutip oleh Anitawati Mohd Lokman dalam tesisnya, menyatakan :

The population of subjects in this research is decided based on the suggested number in K.E. methodology. Although the population of test subjects varies from minimal number such as five to over a thousand in different K.E. implementation depending on objectives and measurement tools used, the suggested number for this kind of consumer research is around 30 ~ 50 subjects (Lokman, Noor, Nagamachi , 2009).

Berdasarkan kutipan tersebut disarankan untuk jumlah partisipan antara 30 orang sampai dengan 50 orang. Oleh karena itu dalam penelitian ini partisipan yang mengisi kuisisioner sebanyak 70 orang terdiri dari mahasiswa dan dosen. Proses pengisian kuisisioner dilakukan di dalam ruangan kelas dengan menggunakan bantuan infokus dan operator sehingga partisipan dapat mengisi kuisisioner secara serentak. Pengisian kuisisioner dilakukan dua kali antara mahasiswa reguler pagi dan mahasiswa reguler malam, sedangkan untuk pengisian kuisisioner dosen dapat menyesuaikan. Hasil dari proses pengambilan data kuisisioner diperoleh data dari setiap partisipan mahasiswa dan dosen. Hasil rekapitulasi data kuisisioner ini kemudian diakumulasikan dan dirata-ratakan secara manual menggunakan *Microsoft Excel*.

3.6 Analisis Statistik Multivariat

Setelah proses penghitungan rata-rata didapat, maka proses selanjutnya adalah mengolah data tersebut kedalam *Multivariate Statistical Methods* dengan menggunakan *software Xlstat 2014* untuk mendapatkan gambaran emosi partisipan terhadap spesimen. Analisis yang pertama adalah *Cronbach's Alpha* yang berguna untuk mengukur tingkat reliabilitas data. Dari hasil perhitungan analisis *Cronbach's Alpha* memiliki nilai diatas 0,7 artinya data *reliable* dan dapat digunakan untuk perhitungan analisis multivariat selanjutnya (Lokman, 2009)(Lokman, Nagamachi, 2009)(Noor, Lokman, Nagamachi, 2008). Nilai hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel 4 :

Tabel 4. Hasil perhitungan Cronbach's Alpha

Kelompok Pengukuran	Cronbach's Alpha
Seluruh data partisipan	0,9780

Coefficient Correlation Analysis (CCA): Analisis CCA digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara masing-masing KW [4][7][8]. Hubungan yang kuat ditandai dengan nilai yang tinggi dari pada nilai KW yang lain, sedangkan hubungan yang lemah ditandai dengan nilai negatif dan memiliki nilai mendekati 0 (<0,3) [9]. Tabel 5 berikut ini merupakan hasil analisis CCA dari data seluruh partisipan, data yang ditampilkan hanya sebagian saja :

Tabel 5. Hasil CCA kelompok seluruh data partisipan

Variables	Informatif	Futuristik	Sederhana	Mewah	Feminim	Colorful	Lembut	...
informatif	1	0.9421	0.1726	0.9046	0.8809	0.6368	0.7361	...
Futuristik	0.9421	1	0.0746	0.9365	0.8571	0.7654	0.6594	...
Sederhana	0.1726	0.0746	1	-0.0269	0.1923	-0.1740	0.4972	...
Mewah	0.9046	0.9365	-0.0269	1	0.8664	0.8536	0.6660	...
Feminim	0.8809	0.8571	0.1923	0.8664	1	0.7070	0.8457	...
Colorful	0.6368	0.7654	-0.1740	0.8536	0.7070	1	0.4417	...
Lembut	0.7361	0.6594	0.4972	0.6660	0.8457	0.4417	1	...
Nyaman	0.8019	0.7576	0.3750	0.7717	0.9348	0.6456	0.9240	...
Serasi	0.7487	0.7432	0.4293	0.6908	0.9051	0.5544	0.8660	...
Alami	0.5382	0.4784	0.6890	0.3735	0.5259	0.2736	0.6666	...
Formal	0.7199	0.5918	0.6527	0.5250	0.7518	0.2547	0.8360	...
Fun	0.8894	0.9209	0.2265	0.9271	0.9068	0.7618	0.7228	...
Passion	0.8412	0.8547	0.1379	0.8799	0.9102	0.8265	0.6961	...
Modern	0.8917	0.9593	0.0528	0.9171	0.9062	0.7798	0.7183	...
Kreatif	0.9357	0.9448	0.2195	0.9149	0.9365	0.7448	0.7928	...

Tabel 6. Hasil *Principal Component* Seluruh Partisipan

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	...
Eigenvalue	11.106	2.210	0.470	0.398	0.274	0.155	0.135	0.095	...
Variability (%)	74.042	14.732	3.137	2.656	1.826	1.034	0.899	0.634	...
Cumulative %	74.042	88.773	91.910	94.566	96.393	97.427	98.326	98.960	...

Pada Tabel 6 Hasil dari *Principal Componen* (PC) disebut dengan faktor (F) yang ditujukan dalam hasil F1, F2, dan seterusnya, Hasil PC1 dan PC2 atau F1 dan F2 pada nilai varian dan *variability* memiliki nilai yang lebih besar daripada hasil PC3 dan seterusnya. Memiliki nilai *cumulative* diatas 70% artinya bahwa hasil dari PC1 dan PC2 sebenarnya sudah cukup mewakili untuk menunjukkan struktur emosi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa struktur emosi sangat dipengaruhi pada hasil PC1 dan PC2.

Tabel 7. Persentase Varian

	D1	D2
Variability (%)	59.980	26.688
Cumulative %	59.980	86.668

Pada Tabel 7 merupakan hasil analisis presentase varian setelah *varimax rotation* dengan menggunakan *Factor Analysis* (FA). Tabel tersebut menampilkan 2 faktor yang dianggap memiliki pengaruh dominan terhadap faktor emosi pengguna. Simbol faktor dalam *Factor Analysis* (FA) menggunakan simbol D. Sama halnya dengan analisis *Principal Component*, dalam *Factor Analysis* (FA) terdapat 2 buah nilai yakni nilai *variability* dan nilai *cumulative*. Nilai-nilai D1 dan D2 tersebut cukup mewakili dalam menentukan variabel-variabel mana saja yang akan menjadi acuan dalam merancang rekomendasi website. Tabel korelasi antara faktor dengan emosi setelah *varimax rotation* ditunjukkan pada tabel 8 berdasarkan tabel tersebut seluruh partisipan ingin sebuah *website* memiliki konsep emosi "Mewah".

Tabel 8. Konsep emosi berdasarkan FA dari seluruh partisipan

KANSEI WORD	D1	KANSEI WORD	D2
SEDERHANA	-0.1295	COLORFUL	-0.0609
ALAMI	0.2803	MEWAH	0.1163
FORMAL	0.4177	MODERN	0.1962
LEMBUT	0.5915	FUTURISTIK	0.2209
SERASI	0.6846	PASSION	0.2687
NYAMAN	0.7432	FUN	0.3372
INFORMATIF	0.8530	INFORMATIF	0.3590
COLORFUL	0.8589	KREATIF	0.3695
FEMINIM	0.8688	FEMINIM	0.4230
FUN	0.8946	NYAMAN	0.5906
PASSION	0.9017	SERASI	0.6054
KREATIF	0.9108	LEMBUT	0.6951
FUTURISTIK	0.9250	ALAMI	0.7757
MODERN	0.9498	SEDERHANA	0.8527
MEWAH	0.9672	FORMAL	0.8608

3.7 Membuat Matriks Hasil Analisis Kansei Engineering

Pada tahapan ini hasil analisis yang sudah dilakukan kemudian diterjemahkan ke dalam elemen desain dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Tujuan utama dari proses analisis ini adalah untuk menerjemahkan hubungan keberpengaruhannya antara emosi partisipan dengan elemen desain website. Hasil dari proses ini akan menjadi acuan untuk rekomendasi elemen desain sesuai dengan sasaran emosi partisipan.

Tabel 9. Rekomendasi elemen desain hasil analisis KE seluruh partisipan

No.	Seluruh Partisipan			
	Bagian	Kategori	Konsep desain	Coefficient
1	<i>HEADER</i>	<i>Font Family</i>	Sans Serif	0.0848
2		<i>BG Color</i>	#F2F2F2	0.0502
3		<i>BG Color</i>	#F2F2F2	0.0502
4		<i>Text Color</i>	#606060	0.0145
5		<i>Logo & Name Alignment</i>	Center	0.0277
6		<i>Menu Position to Logo</i>	Top	0.0531
7		<i>Menu Top BG Color</i>	#15253B	0.0253
8		<i>Menu Top Text Color</i>	#FFFFFF	0.0371
9	<i>MAIN</i>	<i>Content BG Color</i>	#159FE7	0.0180
10		<i>Pictures Slide Size</i>	Large	0.0299
11		<i>Picture Slide Alignment</i>	Center	0.0573

No.	Seluruh Partisipan			
	Konsep emosi : MEWAH			
	Bagian	Kategori	Konsep desain	Coefficient
12	FOOTER	BG Color	#000000	0.0395
13		Text Color	#FFFFFF	0.0361

4 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menghasilkan faktor-faktor berupa konsep emosi yang memiliki pengaruh kuat dalam konsep desain dengan mengimplemetasikan KE tipe 1. Produk desain baru yang dihasilkan dalam penelitian ini diambil konsep emosi dengan nilai variabel tertinggi yang menjadi konsep utama untuk rekomendasi pembuatan website Digtect University dengan konsep desain untuk seluruh partisipan menghasilkan konsep emosi “Mewah”. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah jumlah spesimen dan *kansei word* serta dapat memperbanyak jumlah partisipan dan kelompok dengan menggunakan metodologi KE selain tipe 1 sehingga dapat menghasilkan rekomendasi desain yang lebih bervariasi.

Ucapan Terima Kasih

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini, terutama kepada dosen dan mahasiswa Digtect University kami ucapkan terimakasih. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang telah memberikan bantuan dana melalui surat kontrak nomor 180/E5/PG.02.00.PL/2023 tanggal 19 Juni 2023.

Referensi

- Darmawan, Deni. (2013): *Desain dan Pemrograman Website*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadiana, A., Lokman, A. M. (2016): “*Kansei Evaluation In Open Source E-Learning System*”. *Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering)*, Vol 78, No. 12–3, pp 135–139.
- Hewett, Thomas T., dkk. (2009): *Human-Computer Interaction* [online]. Available: http://old.sigchi.org/cdg/cdg2.html#2_1.
- Indonesia, Ranking Web of Universities. (2023): *Webometrics ranks 30000 institutions*. (n.d.). Available: <https://www.webometrics.info/en/asia/indonesia%20?sort=asc&order=World+Rank>
- Isa, I. G. T., Hadiana, A. (2017): “*Implementasi Kansei Engineering dalam perancangan Desain Interface E-Learning Berbasis Web (Studi Kasus: SMK 1 Sukabumi)*”. *Jurnal Tehnik Informatika dan Sistem Informasi (JUTISI)*. Vol 3, pp. 104-115.
- Lokman, A. M., (2009): “*Emotional User Experience in Web Design: The Kansei Engineering Approach*” A PhD Thesis. [Online] Available: www.anitawati.uitm.edu.my.
- Lokman, A. M., Haron, M. B. C., Abidin, S. Z. Z., N. E. A. Khalid, S. Ishihara. (2013): “*Prelude to Natphoric Kansei Engineering Framework*”. *Journal of Software Engineering and Applications*, Vol 6, 638-644.
- Lokman, A. M., Nagamachi, M. (2009): “*Validation of Kansei Engineering Adoption in E-Commerce Web Design*”. *Kansei Engineering International*. Vol. 9 No.1, pp.21-27.
- Nagamachi, Mitsuo. (2011): “*Innovations of Kansei Engineering*”. 1st ed., Boca Raton, Florida USA: CRC Press Taylor & Fancis Group.
- Noor, N. M., Lokman, A. M., Nagamachi, M. (2008): “*Applying Kansei Engineering To Determine Emotional Signature Of Online Clothing Websites*,” José Cordeiro, Joaquim Filipe (Eds.): ICEIS 2008-Proceedings of the Tenth International Conference on Enterprise Information Systems, Volume HCI, Barcelona, Spain, June 12-16.

- Oxford University. (2012): *Oxford Basic English Dictionary*. edisi ke-4, Oxford, UK: Oxford University Press.
- Ramadhan, R. Yudhi. (2018): "Implementasi *Kansei Engineering* dalam Desain Tampilan *Website* Perguruan Tinggi". *Jurnal Teknologi Rekayasa (JTERA)*, Vol. 3, No. 1, Juni , Hal. 71-78
- Ramakrisnan, P., Jaafar, A., Yatim, N. F. M. (2013): "*Designing Online Discussion Site (ODS) User Interface for Emotional User Experiences: A Proposed Kansei Triangulation Method*". *Journal Of Software*, Vol. 8, No. 12, pp. 3238-3245.
- Sherwin, Katie. (2016): *University Websites: Top 10 Design Guidelines* [online]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/university-sites/>.
- Syaifoelida, F., Yahaya, S.H., Sihombing, H. dan Yuhazri, M.Y. (2013): "Kansei Engineering: The Ke's Package Review". *Global Engineers & Technologists Review*, Vol.3 No.5, pp.8-20.
- Wicaksono, F., Hadiana, A., Asfi, M. (2016): "Penerapan Kansei Engineering Pada Rancangan Antarmuka E-Learning Berbasis Web". *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*. pp. 13-18.