

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna (UI/UX) dan strategi promosi efektif melalui website, dengan fokus pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan design thinking, dan melibatkan tahapan identifikasi masalah, pengembangan solusi, dan pengujian prototipe. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa 77,94% responden yang menganggap tampilan visual dari desain ulang sangat menarik, serta 100% responden yang lebih menyukai desain website yang baru. Sebanyak 78,53% responden merasa fitur-fitur pada website mempermudah mereka untuk mengeksplorasi situs dan 78,24% responden menganggap konten promosi berupa foto, video, dan informasi di website sangat menarik dan informatif. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan design thinking mampu meningkatkan efektivitas promosi, daya tarik visual, dan kemudahan eksplorasi bagi pengguna.

Kata Kunci: *UI UX, Desain Web, Promosi*