

ABSTRAK

Desa Wisata Ampiang Parak terletak di Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat, dan luasnya mencapai 5.749,89 Km². Nagari Ampiang Parak adalah desa pertama di Indonesia yang berhasil menyandingkan pariwisata dengan kegiatan Pengurangan Risiko Bencana (PRB). Desa ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata edukatif dan ekowisata, memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, dan memiliki sejumlah paket wisata edukasi. Meskipun memiliki kekayaan potensi dan berbagai atraksi wisata yang menarik dalam era digital seperti sekarang, perkembangan teknologi digital sebagian besar wisatawan mengandalkan informasi dari internet. Lebih dari 70% wisatawan global mencari dan memesan perjalanan mereka secara online melalui situs web atau aplikasi. Untuk mengatasi permasalahan ini, maka dikembangkan UI/UX website sebagai media informasi dan promosi yang efektif dengan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi lima fase: empathize, define, ideate, prototype, dan testing. Selain itu untuk mempermudah mengetahui tentang Desa Wisata Ampiang Parak ini media yang digunakan berupa poster, x-baner, spanduk dan merchandise lainnya seperti baju, tumbler, stiker, dan tote bag.

Kata Kunci: Desa Wisata Ampiang Parak, UI/UX, *Design Thinking* ,Media.

ABSTRACT

The Ampiang Parak Tourism Village is located in the South Pesisir Regency, West Sumatra, covering an area of 5,749.89 km². Ampiang Parak village is the first village in Indonesia that successfully combines tourism with Disaster Risk Reduction (DRR) activities. This village has great potential as an educational and ecotourism destination, equipped with complete facilities and infrastructure, and offers a number of educational tour packages. Despite having abundant potential and various attractive tourist attractions in the current digital era, the development of digital technology means that most tourists rely on information from the internet. More than 70% of global travelers search for and book their trips online through websites or apps. To address this issue, a UI/UX website was developed as an effective medium for information and promotion using the Design Thinking method, which includes five phases: empathize, define, ideate, prototype, and testing. In addition, to simplify the understanding of the Ampiang Parak tourism village, the media used includes posters, x-banners, banners, and other merchandise such as shirts, tumblers, stickers, and tote bags.

Keywords: *Ampiang Parak Tourism Village, UI/UX, Design Thinking, Media.*