PERANCANGAN UI/UX PADA CREATORKU DIGITAL PORTOFOLIO MENGGUNAKAN METODE USER CENTER DESIGN (UCD) : Studi Kasus Pengelolaan Kinerja Media Sosial untuk Influencer

Disusun Oleh:

N a m a : Zetram Adhitya Prinanda

NIM : 18523143

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

PROGRAM SARJANA FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

PERANCANGAN UI/UX PADA CREATORKU DIGITAL PORTOFOLIO MENGGUNAKAN METODE USER CENTER DESIGN (UCD) : Studi Kasus Pengelolaan Kinerja Media Sosial untuk Influencer

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

N a m a : Zetram Adhitya Prinanda

NIM : 18523143

Yogyakarta, 18 Juni 2025

Pembimbing,

(Elyza Gustri Wahyuni, S.T., M.Cs.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PERANCANGAN UI/UX PADA CREATORKU DIGITAL PORTFOLIO MENGGUNAKAN METODE USER CENTER DESIGN (UCD) : Studi Kasus Pengelolaan Kinerja Media Sosial untuk Influencer

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 18 Juni 2025

Tim Penguji

Elyza Gustri Wahyuni, S.T., M.Cs _____

Anggota 1

Erika Ramadhani, S.T., M.Eng. _____

Anggota 2

Irving Vitra Paputungan, S.T., M.Se., Ph.D. _____

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

(Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zetram Adhitya Prinanda

NIM : 18523143

Tugas akhir dengan judul:

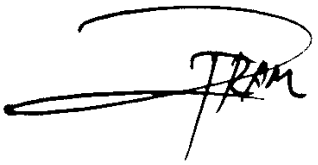
PERANCANGAN UI/UX PADA CREATORKU DIGITAL PORTOFOLIO MENGGUNAKA METODE USER CENTER DESIGN (UCD) : Studi Kasus Pengelolaan Kinerja Media Sosial untuk Influencer

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Juni 2025





(Zetram Adhitya Prinanda)

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, Tuhan Semesta Alam, yang dengan rahmat dan karunia-Nya, senantiasa memberikan kemudahan di setiap langkah dan jalan keluar dari setiap kesulitan. Shalawat serta salam tak henti-hentinya tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Saw, yang telah membawa cahaya petunjuk di tengah kegelapan.

Dengan izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai bagian dari studi strata satu (S1) di Jurusan Informatika, Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur kepada:

1. **Allah Swt**

   Tuhan Yang Maha Esa, sumber segala kekuatan, harapan, dan petunjuk. Semoga Engkau senantiasa meridhai setiap langkah yang penulis tempuh untuk menggapai cita-cita, memberikan kesabaran, keimanan, serta keteguhan hati.

2. **Abi dan Umi tercinta**

   Orang tua terbaik yang telah membesarkan penulis dengan cinta dan kasih sayang yang tak pernah padam sejak dalam kandungan hingga saat ini. Segala pengorbanan, doa yang tulus, serta bimbingan yang tak kenal lelah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam menyelesaikan perjalanan ini. Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan keberkahan dan kesehatan kepada Abi dan Umi, serta mengizinkan penulis menjadi anak yang berbakti dan mampu membahagiakan kalian.

3. **Adik-adik tersayang**

   Sumber semangat yang selalu mendorong penulis untuk terus maju. Semoga kakak dapat menjadi panutan, teladan yang baik, serta pelindung bagi kalian hingga akhir hayat.

4. **Sahabat-sahabat seperjuangan**

   Rekan-rekan yang selalu hadir di saat suka maupun duka, yang tak henti memberikan dukungan, motivasi, serta kebersamaan dalam setiap langkah perjalanan ini. Semoga persahabatan kita selalu dalam keberkahan dan lindungan Allah Swt.

5. **Almamater tercinta, Universitas Islam Indonesia**

   Lembaga yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis dalam menimba ilmu dan membentuk pribadi selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala pembelajaran dan pengalaman berharga yang telah diberikan.

Semoga skripsi ini menjadi langkah awal menuju perjalanan yang lebih besar dalam kehidupan, memberikan manfaat, serta menjadi amal jariyah bagi diri penulis dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan ini.

HALAMAN MOTO

بِسْمِ هال ِل ال هر ـَـَـْحمَن ال هرحِيمِ

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."
يُسْرًا الْعُسْرِ مَعَ إ هن

(QS. Al-Insyirah: 6)

"Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

م مَا يُغَيِّرُ لَ هال لَ إ هن بِأَنْفُسِهِمْ مَا يُغَيِّرُوا حَتَّى بِقَوْ

(QS. Ar-Ra'd: 11)

"Jadilah seperti pohon yang berbuah, walaupun dilempari dengan batu, tetap memberikan buah yang manis."

الثَّمَرَا ِت بِأَطْيَ ِب قَرْ ِمي بِالْ ِحجَارَ ِة تُلْقَى كَال هشَجَرَ ِة كُنْ

KATA PENGANTAR

Kata pengantar adalah bagian yang digunakan untuk menyampaikan rasa syukur atas selesainya penyusunan laporan tugas akhir. Selain itu, bagian kata pengantar juga dapat memuat berbagai hal sebagai berikut:

1. Tujuan penulisan laporan atau pelaksanaan penelitian tugas akhir.
2. Mengemukakan kesulitan-kesulitan (non ilmiah) yang ditemui pada saat penelitian tugas akhir.
3. Ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu atau mendukung penyelesaian penulisan laporan atau pelaksanaan penelitian tugas akhir.
4. Harapan penulis terhadap penelitian tugas akhir yang telah diselesaikan. Umumnya bagian kata pengantar ditutup dengan tanda tangan dari penulis.

Yogyakarta, 18 Juni 2025

(Zetram Adhitya Prinanda)

SARI

Penelitian ini bertujuan untuk merancang antarmuka pengguna (User Interface/UI) dan pengalaman pengguna (User Experience/UX) pada platform Creatorku Digital Portofolio menggunakan metode User Centered Design (UCD). Platform ini dirancang untuk mendukung influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka dengan lebih efektif dan efisien. Penelitian ini menggunakan pendekatan UCD yang melibatkan pengguna secara aktif melalui tahapan pemahaman konteks, identifikasi kebutuhan, desain solusi, dan evaluasi terhadap desain yang dihasilkan. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur.

Hasil penelitian mengidentifikasi kebutuhan utama influencer, seperti transparansi harga, kemudahan pendaftaran trial, pengelolaan konten lintas platform, personalisasi profil, serta fitur analisis performa konten secara real-time. Platform diuji melalui *usability testing*, *black- box testing*, dan *prototype testing*. Pada *usability testing*, 100% partisipan berhasil menyelesaikan proses registrasi dalam waktu rata-rata 2 menit 30 detik, menunjukkan bahwa fitur registrasi intuitif dan mudah digunakan. Sebanyak 80% partisipan berhasil menghubungkan akun media sosial mereka, dengan catatan perlunya peningkatan visibilitas tombol koneksi. Semua partisipan mampu memahami metrik analitik dalam waktu rata-rata 1 menit 45 detik, menunjukkan bahwa dashboard analitik efektif dan mudah digunakan. Selain itu, fitur ekspor laporan performa konten menunjukkan keberhasilan penuh dengan waktu rata- rata 1 menit, menghasilkan laporan yang rapi dan sesuai data di dashboard.

Desain akhir mengedepankan antarmuka yang intuitif, fitur yang relevan, dan tampilan yang sederhana namun informatif. Pengujian prototipe menegaskan bahwa pengguna dapat menyelesaikan tugas utama dalam waktu rata-rata kurang dari 3 menit, dengan feedback positif terkait kemudahan navigasi dan pemahaman fitur.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa metode UCD efektif dalam menciptakan solusi digital yang fokus pada kebutuhan pengguna. Platform ini diharapkan dapat membantu influencer meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam pengelolaan media sosial mereka. Perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada visualisasi paket berlangganan, navigasi, serta penyediaan panduan penggunaan.

Kata Kunci: User Interface (UI), User Experience (UX), User Centered Design (UCD), Influencer, Media Sosial.

GLOSARIUM

1	**User Interface (UI)**	Antarmuka pengguna berupa tampilan visual untuk berinteraksi dengan sistem atau aplikasi, seperti tata letak, warna, dan elemen desain lainnya.
2	**User Experience (UX)**	Pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi atau platform, mencakup kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan selama berinteraksi dengan sistem.
3	**User Centered Design (UCD)**	Metode perancangan yang berfokus pada kebutuhan, preferensi, dan karakteristik pengguna, dengan melibatkan mereka secara aktif dalam proses desain.
4	**Influencer**	Individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial melalui konten yang mereka buat, sering digunakan dalam strategi pemasaran untuk promosi produk atau layanan.
5	**Media Sosial**	Platform digital untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan membangun jejaring, seperti Instagram, YouTube, dan Twitter.
6	**Prototype Testing**	Pengujian awal terhadap desain atau model platform untuk mengevaluasi fungsi dan respons pengguna sebelum implementasi penuh.
7	**Usability Testing**	Pengujian untuk menilai sejauh mana pengguna dapat dengan mudah dan efektif menggunakan sebuah platform untuk mencapai tujuan tertentu.
8	**Black-box Testing**	Metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada input dan output dari sistem tanpa memeriksa kode internal.
9	**Dashboard**	Tampilan antarmuka yang menyediakan informasi ringkas dan data analitik relevan untuk membantu pengguna memahami performa suatu sistem.
10	**Engagement Rate**	Persentase keterlibatan pengguna media sosial terhadap suatu konten, dihitung dari interaksi seperti suka, komentar, dan berbagi.
11	**Personal Branding**	Proses membangun dan mempresentasikan identitas atau citra individu untuk meningkatkan pengakuan dan reputasi mereka di mata audiens.
12	**Trial**	Periode uji coba yang memungkinkan pengguna menggunakan platform atau layanan tanpa komitmen untuk membayar.
13	**Wireframe**	Sketsa awal desain antarmuka yang menunjukkan struktur dasar dan tata letak halaman suatu aplikasi atau platform.

14	**Analytics**	Proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data untuk memahami performa konten atau aktivitas di media sosial.
15	**Call to Action (CTA)**	Elemen dalam platform yang mendorong pengguna untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mendaftar, membeli, atau mencoba fitur.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING **2**
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI **3**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR **4**
HALAMAN PERSEMBAHAN **5**
HALAMAN MOTO **7**
KATA PENGANTAR **8**
SARI **9**
GLOSARIUM **10**
DAFTAR ISI **12**
DAFTAR TABEL **14**
DAFTAR GAMBAR **15**
BAB I PENDAHULUAN **16**
1.1 Latar Belakang Masalah 16
1.2 Rumusan Masalah 18
1.3 Batasan Masalah 18
1.4 Tujuan Penelitian 19
1.5 Manfaat Penelitian 19
1.6 Metodologi Pengembangan Ide Bisnis 20
1.7 Sistematika Penulisan Laporan 22
BAB II LANDASAN TEORI **23**
2.1. User Interface (UI) 23
2.2. User Experience (UX) 23
2.3. Creatorku Digital Portofolio 24
2.4. Metode User Center Design (UCD) 24
2.5. Pengelolaan Kinerja Media Sosial 26
2.6. Influencer 27
2.7. Pentingnya Strategi Pemasaran Digital bagi Influencer 28
2.8 Kajian Pustaka 30
BAB III METODE PENELITIAN **32**
3.1 Jenis Penelitian 32

3.2 Tahapan Penelitian..... 33
3.3 Metode Pengumpulan Data..... 33
3.5 Alat Penelitian..... 35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **36**
4.1. Hasil dan Pembahasan..... 36
4.2. PEMBAHASAN 65
BAB V PENUTUP **69**
5.1. Kesimpulan..... 69
5.2. Saran..... 69
DAFTAR PUSTAKA **70**
LAMPIRAN **73**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka 30
Tabel 4.1 Temuan Utama dari Wawancara 39
Tabel 4.2 Hasil Usability Tasting 59
Tabel 4.3 Black Box Testing 61
Tabel 4.4 Protoype Tasting 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses User Centered Design 25
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian 33
Gambar 4.1 Flowchart Sistem Creatorku Digital Portofolio 36
Gambar 4. 2 Wireframe Registrasi dan Pembuatan Akun 45
Gambar 4. 3 Wireframe Halaman Utama 46
Gambar 4. 4 Wirefremae Membuat Resume 47
Gambar 4. 5 Menghubungkan ke Sosial Media 47
Gambar 4. 6 Wireframe Menghubungkan ke Sosial Media 48
Gambar 4. 7 Wireframe Export PDF 48
Gambar 4. 8 Halaman Utama 49
Gambar 4. 9 Halaman Harga 51
Gambar 4. 10 Halaman Demo 53
Gambar 4. 11 Halaman About 55
Gambar 4. 12 Halaman Profile 56

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi digital telah membawa transformasi besar dalam cara manusia berkomunikasi dan mengelola informasi. Teknologi informasi yang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, telah menghadirkan peluang baru dalam berbagai sektor, terutama dalam bidang pemasaran dan pengelolaan konten. Media sosial menjadi salah satu produk teknologi yang mendominasi kehidupan sehari-hari, bukan hanya sebagai alat untuk berinteraksi secara sosial tetapi juga sebagai platform strategis dalam membangun merek dan menciptakan nilai bisnis (Mubiarto et al., 2023). Dengan adanya peluang ini, para individu yang dikenal sebagai influencer memainkan peran utama dalam membentuk tren dan memengaruhi keputusan konsumen di era digital.

Influencer telah menjadi salah satu pilar penting dalam ekosistem pemasaran digital. Mereka tidak hanya menciptakan konten yang menarik dan relevan tetapi juga menjadi perantara antara merek dan audiens mereka (Faisal et al., 2023). Dengan kemampuan untuk menjangkau jutaan pengikut melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, para influencer mampu memengaruhi persepsi merek dan menciptakan daya tarik yang kuat terhadap produk atau layanan. Namun, di balik peran mereka yang besar ini, influencer menghadapi tantangan dalam mengelola kinerja media sosial mereka, terutama dalam hal analisis data, manajemen konten, dan pengelolaan hubungan dengan audiens.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, kebutuhan akan platform digital yang dirancang khusus untuk mendukung aktivitas influencer semakin meningkat. Creatorku Digital Portofolio hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan ini. Platform ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan para influencer, seperti transparansi data analitik, kemudahan personalisasi profil, dan kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai platform media social (Yanutiar & Prabowo, 2024). Dengan fitur yang intuitif dan mudah digunakan, Creatorku diharapkan dapat membantu influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka secara lebih efektif, sehingga mereka dapat lebih fokus pada pembuatan konten kreatif.

Untuk memastikan platform ini memenuhi kebutuhan pengguna dengan optimal, metode User Centered Design (UCD) digunakan dalam proses perancangannya. Pendekatan UCD memungkinkan pengguna, dalam hal ini influencer, untuk berpartisipasi aktif dalam proses desain, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil akhir. Dengan melibatkan pengguna secara langsung, setiap elemen dari Creatorku Digital Portofolio dirancang untuk memberikan pengalaman yang efisien, relevan, dan memuaskan. Pendekatan ini tidak hanya memastikan keberhasilan fungsi platform tetapi juga memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan keberlanjutan strategi pemasaran digital para influencer (Wardah Meliana Sihab, Hesti Lestari, 2019).

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia menjadi latar belakang dalam pembahasan tugas ini. Berbagai sektor pada saat ini telah berkembang mengikuti kemajuan dalam transformasi digital dan globalisasi, termasuk di bidang pengelolaan konten dan pemasaran. Setiap individu bahkan perusahaan pada saat ini telah menjadikan media sosial sebagai *platform* utama untuk membangun *brand,* melakukan interaksi dengan *audiens*, dan memasarkan jasa dan produk di media sosial. Era ini para *influencer* menjadi bagian dari ekosistem media sosial yang berperan penting sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Selain sebagai *endorsement,* mereka menciptakan konten menarik dan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan dalam konten tersebut.

Pada pembahasan ini mengelola portofolio digital yang merupakan alat penting dan efektif bagi *influencer*. Creatorku Digital Portofolio adalah suatu *platform* yang dirancang guna pemenuhan kebutuhan tersebut. Kemudian agar *platform* tersebut dapat berfungsi secara optimal, maka *User Interface* dan *User Experience* membuthukan perancangan yang baik. UI/UX yang baik memastikan *platform* tersebut untuk mudah dipakai, mampu memenuhi kebutuhan khusus para *influencer* ketika mengelola kinerja media social mereka, dan intuitif.

Metode dalam perancangan yang spesifikasinya berfokus pada kebutuhan pengguna disebut Metode *User Center Design (UCD)*. UCD adalah fase-fase antamuka mana fokusnya kepada kegunaan, kebutuhan, penggunaan, lingkungan, tugas, dan alur kerja pada desainnya (Supardianto & Tampubolon, 2020). Dalam hal ini, berarti proses perancangan Creatorku Portofolio Digital akan melibatkan *influencer* sebagai pengguna utama yang berpartisipasi secara aktif. Maka bisa dipastikan bahwa setiap kebutuhan *influencer* akan betul-betul disesuaikan pada fitur dan elemen desain.

Penelitian kali ini kaitannya dengan perancangan akan berfokus pada studi kasus pengelolaan kinerja media social untuk *influencer*. Pengelolaan kinerja media social terdiri dari bermacam aspek seperti pengelolaan konten, analisis data, interaksi dengan audiens, platform yang tepat, dan stategi perkembangan. Melalui metode UCD, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh *influencer* dalam aspek-aspek tersebut dan menyusun solusi guna mengatasi permasalahan yang menjadi tantangan secara efektif.

Dengan demikian, harapan dari dilakukannya penelitian tentang perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio menggunakan metode UCD dapat menghasillkan platform yang selain fungsional dan efisien, juga mampu memberikan influencer pengalaman yang optimal sebagai pengguna untuk mengelola kinerja media social mereka. Hal ini akan memberikan kemudahan bagi *influencer* dan membantu mereka untuk lebih fokus pada strategi pemasaran dan produksi konten kreatif, tanpa adanya beban yang berkaitan dengan kendala teknik pengelolaan portofolio digital milik mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dari uaraian latar belakang masalah diatas yaitu penerapan metode *User Center Design* dalam perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio yang tujuannya sebagai pengelolaan kinerja media social untuk membantu *influencer*:

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini akan fokus dan dapat dikelola dengan baik, beberapa Batasan masalah ditetapkan sebagai berikut :

a. Batasan penelitian ini berfokus pada perancangan UI/UX untuk platform Creatorku Digital Portofolio.
b. Subjek penelitian ini yaitu *influencer* yang aktif menggunakan media social mereka sebagai strategi pemasaran. Fokus subjeknya yaitu pada *influencer* yang pengikutnya berjumlah menengah sampai dengan pengikut yang banyak yang memerlukan alat pengelolaan kinerja media social yang lebih kompleks.
c. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *User Cennter Design* (UCD).
d. Penelitian ini akan melibatkan *influencer* dengan beberapa jumlah sebagai partisipan sebagi bentuk pengumpulan data kebutuhan pengguna dan uji coba prototipe. Dalam konteks metode UCD, jumlah partisipan biasanya lebih kecil namun dipilih dengan cermat untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai kebutuhan dan perilaku pengguna.

e. Umumnya, untuk pengujian UI/UX dengan pendekatan UCD, antara 5 hingga 10 partisipan sering dianggap sudah cukup untuk mengidentifikasi sebagian besar masalah *usability*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuannya yaitu membuat perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio dengan menggunakan metode *User Center Design* yang mana perancangannya akan berfungsi dalam pengelolaan kinerja media social yang akan sangat mempermudah *influencer* dalam mengelola kinerja media sosial mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

a. Pengembang Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini akan menghasilkan karya literatur dan pengetahuan dalam bidang desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX), terutama kaitannya dengan platfom digital yang fokusnya pada pengelolaan kinerja media social.

b. Penerapan Metode UCD

Penelitian ini memiliki manfaat guna memberikan contoh penerapan metode *User Center Design* dalam mengembangkan sebuah platform digital. Hal ini dapat dijadikan sebagai refrensi untu penelitian berikutnya yang erat kaitannya dengan metode ini.

c. Bagi Influencer

Hrapannya dengan adanya Platform Creatorku Digital Portofolio yang dirancang dengan metdooe UCD bisa menjadi solusi yang lebih efektif dan efisien dalam mengelola kinerja media social bagi Influencer.

d. Bagi Industri Media Sosial dan Pemasaran Digital

Bagi industri media sosial dan pemasaran digital penelitian ini dapat dijadikan acuan sebagai pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh influencer, sehingga bisa memberikan pembaharuan alat dan strategi yang lebih fungsional.

e. Bagi Akademik dan Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi refrensi untuk kaum akademik dan peneliti lainnya yang

memiliki minat atau ketertarikan dalam memahami lebih dalam terkait topik-topik perancangan UI/UX, pengelolaan kinerja media sosial, dan metode UCD.

1.6 Metodologi Pengembangan Ide Bisnis

Dalam merancang platform *Creatorku Digital Portofolio*, proses pengembangan ide bisnis dilakukan dengan pendekatan yang sistematis dan berorientasi pada kebutuhan pasar, khususnya bagi para influencer yang mengelola kinerja media sosial mereka. Ide bisnis ini dikembangkan melalui tahapan eksplorasi masalah, identifikasi peluang pasar, perancangan solusi digital, hingga validasi awal melalui prototipe.

Metodologi ini mengacu pada pendekatan yang berpusat pada pengguna (*user-centered*), di mana kebutuhan dan perilaku pengguna menjadi landasan utama dalam merumuskan ide bisnis. Hal ini sejalan dengan prinsip yang digunakan dalam metode *User Centered Design (UCD)*, di mana partisipasi aktif pengguna dalam proses desain berkontribusi langsung terhadap bentuk akhir solusi yang ditawarkan (Interaction Design Foundation, 2022; Sis BINUS, 2019).

Tahapan awal pengembangan ide bisnis dimulai dengan analisis permasalahan yang dihadapi oleh para influencer, seperti kesulitan dalam integrasi data media sosial, minimnya alat bantu analitik performa konten, serta kebutuhan personalisasi profil digital. Masalah ini diidentifikasi melalui wawancara dan observasi, yang menghasilkan masukan berharga sebagai dasar pengembangan fitur utama platform (Faisal et al., 2023; Maulana et al., 2021).

Selanjutnya, dilakukan pemetaan solusi melalui pendekatan desain iteratif, seperti yang dijelaskan oleh Dumalang et al. (2023) dan Pramesti et al. (2022), yaitu melalui perancangan *wireframe*, *mockup*, hingga prototipe dengan validasi pengguna. Dalam konteks ini, ide bisnis diuji secara langsung terhadap target pasar (influencer) untuk mengetahui kelayakan fungsi serta kesesuaian nilai produk terhadap ekspektasi mereka (Rifki, 2023).

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat utama dalam strategi pemasaran juga menjadi latar relevansi ide bisnis ini. Girsang (2020) menekankan bahwa penggunaan *micro-influencer* dan strategi digital sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan personal. Maka, platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai instrumen strategis bagi influencer untuk mengembangkan *personal branding* dan meningkatkan nilai komersial mereka secara profesional.

Dengan demikian, metodologi pengembangan ide bisnis *Creatorku Digital Portofolio* tidak hanya berorientasi pada inovasi teknologi, tetapi juga pada validasi kebutuhan pengguna, efisiensi proses pengelolaan media sosial, dan potensi bisnis jangka panjang di industri digital kreatif. Adapun tahapan dalam metode *User Centered Design (UCD)* yang digunakan dalam merancang aplikasi ini adalah sebagai berikut :

a. *Understand Context of Use*

Tahap pertama ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh konteks penggunaan aplikasi *Creatorku Digital Portofolio*. Perancang sistem perlu mengetahui siapa penggunanya (*influencer*), dalam situasi apa mereka akan menggunakan aplikasi, serta tujuan mereka dalam mengelola performa media sosial. Melalui wawancara dan observasi terhadap *influencer*, ditemukan bahwa pengguna membutuhkan alat yang dapat menyatukan data performa dari berbagai platform media sosial, membantu personal branding, serta mempermudah pembuatan resume digital untuk kerja sama dengan brand.

b. *Specify User Requirements*

Setelah memahami konteks penggunaan, langkah berikutnya adalah merumuskan kebutuhan spesifik pengguna. Dalam penelitian ini, kebutuhan influencer seperti fitur pendaftaran trial yang mudah, transparansi harga paket layanan, integrasi media sosial, analisis performa real-time, personalisasi profil, dan fitur ekspor resume menjadi fokus utama. Kebutuhan ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan disusun menjadi *user persona*, *user journey map*, serta daftar fitur yang wajib ada dalam sistem. Proses ini memastikan bahwa desain yang dikembangkan benar-benar relevan dan mendukung aktivitas harian pengguna.

c. *Design Solutions*

Tahap ini adalah proses mengubah kebutuhan pengguna menjadi solusi nyata dalam bentuk desain antarmuka. Tim perancang membuat *wireframe* dan *mockup* sebagai representasi visual dari aplikasi *Creatorku Digital Portofolio*. Prototipe awal dibuat menggunakan Figma dan terus dikembangkan secara iteratif. Setiap elemen, mulai dari halaman registrasi, dashboard analitik, halaman profil, hingga fitur ekspor PDF, dirancang berdasarkan *insight* pengguna yang telah dikumpulkan sebelumnya. Tujuannya adalah menciptakan antarmuka yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mudah digunakan dan menarik secara visual.

d. *Evaluation Against Requirements*

Tahap terakhir adalah evaluasi terhadap desain yang telah dikembangkan. Evaluasi dilakukan bersama pengguna melalui *usability testing*, untuk mengukur apakah sistem dapat digunakan secara efektif, efisien, dan memuaskan. Dalam aplikasi *Creatorku Digital Portofolio*, pengguna diminta mencoba berbagai fitur seperti mendaftar akun, menghubungkan media sosial, melihat analisis performa, dan mengekspor resume digital. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa terbantu dengan kemudahan navigasi dan fitur-fitur yang ditawarkan, meskipun terdapat beberapa masukan perbaikan seperti peningkatan visibilitas tombol koneksi media sosial dan penyederhanaan navigasi.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sub bab ini menjelaskan mengenai struktur penulisan laporan Tugas Akhir yang akan dikerjakan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah dalam perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio denga metode User *Center Design* : dengan studi kasus pengelolaan kinerja media social untuk *influencer.*

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan tugas akhir ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang urutan proses penyelesaian permasalahan dimulai dari pengumpulan data dan metode sistem yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang perancangan sistem, implementasi sistem, serta pengajian terhadap sistem pakar yang telah dibuat untuk mengetahui apakah hasil akhir dari aplikasi yang telah berfungsi dengan yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman keseluruhan dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran untuk penelitian lebih lanju

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1. User Interface (UI)

User Interface (UI) adalah sebuah mekanisme komunikasi yang dirancang untuk menjembatani interaksi antara pengguna (user) dengan sebuah sistem, baik itu aplikasi berbasis web, perangkat lunak, maupun aplikasi mobile. Elemen-elemen dalam UI, seperti tata letak visual, pemilihan warna, animasi, hingga pola interaksi, dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan sistem tersebut (Pramesti et al., 2022).

Desainer UI biasanya membuat desain disesuaikan dengan kemudahan pengguna dalam mempogramkannya. Desain tersebut diselaraskan dengan tingkat kebutuhan user pada program mobile atau aplikasi web tersebut. Luaran dari hasil desainer UI yaitu program dengan macam- macam fitur yang dimungkinkan kebutuhan pengguna pada program tersebut sesuai dengan kebutuhan (M Arkoun Rifki I, 2023).

2.2. User Experience (UX)

User Experience (UX) mengacu pada keseluruhan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan suatu sistem atau aplikasi. UX berfokus pada kenyamanan, kemudahan navigasi, dan kepuasan emosional pengguna, dengan memperhatikan setiap aspek yang memengaruhi interaksi pengguna, seperti tata letak, waktu respons, serta relevansi fitur terhadap kebutuhan pengguna. Perancangan UX bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang intuitif, memuaskan, dan mendorong keterlibatan pengguna secara optimal (Dumalang et al., 2023).

Rancangan yang dibuat desainer UX akan akan dibuat program mobile atau aplikasi web dengan didasarkan pada pengalaman user setelah mempogramkan mobile atau aplikasi web tersebut. Dengan demikian, program yang dirancang tersebut akan menjadi lebih mudah dipakai oleh usernya.

User experience (UX) sesuai artinya dalam bahasa indonesia “pengalaman pengguna” yaitu pengalaman yang diberikan software atau wibsite kepada usernya supaya depat berinteraksi dengan lebih menyenangkan dan menarik. Pada saat ini aplikasi tidak hanya mengutamakan kegunaannya atau fungsinya saja, namun aplikasi juga harus memberikan pengalaman bagus yang diberikan kepada user. Hal terkait, yaitu saat membuka aplikasi

Instagram berjam-jam namun tidak bosan sama sekali, saat chating menggunaan aplikasi WhatApp tanpa henti, saat mencari barang bermenit-menit di toko online. Hal ini dapat disimpulkan bahwa user experience yang sudah diberikan oleh Instagram, WhatsApp dan juga toko online telah cukup baik. Aplikasi yang membuat stay berjam-jam membukanya berarti user experience dalam device diterapkan dengan sangat baik (M Arkoun Rifki I, 2023)

2.3. Creatorku Digital Portofolio

Creatorku digital portofolio adalah sebuah platform digital yang khusus dirancang guna membantu *influencer* secara efektif dalam mengelola portofolio mereka. Platform tersebut menyediakan bermacam-macam fitur dan alat memberikan kemungkinan user untuk memantau, mengatur, dan menganalisis unjuk kerja konten yang dibuat di media social mereka. Creatorku Digital Portofolio memiliki tujuan dalam pengembangannya, yaitu memberikan solusi yang komperhensif untuk *influencer* dalam mengelola dan mengoptimalkan kinerja mereka di media social. Dengan memanfaatkan metode *User Center Design* (UCD), platform ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan pereferensi pengguna secara efektif.

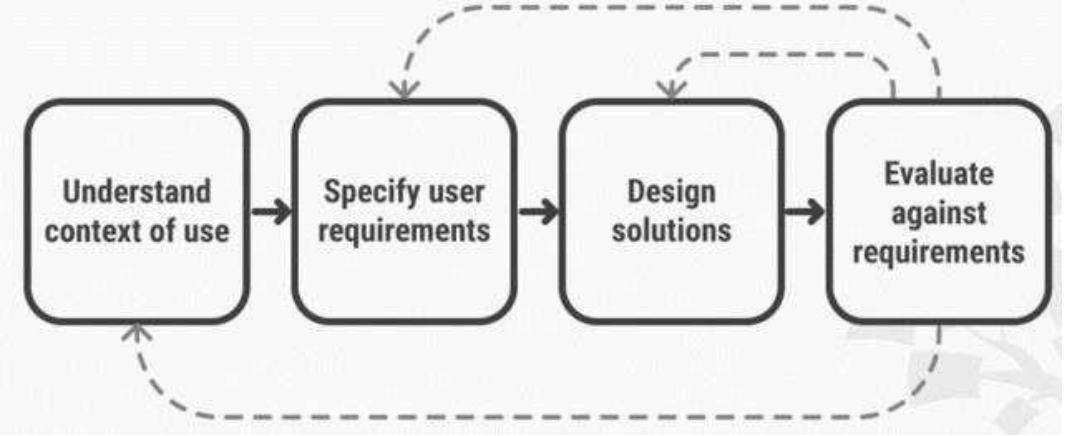
2.4. Metode User Center Design (UCD)

Mengutip dari website intereaction-design.org bahwa *User Centered Design* merupakan metode dalam suatu perancangan desain yang fokusnya pada kebutuhan *user*. Apabila dikaitkan dengan Sistem Informasi, *User Centered Design* merupakan bagian dari SDLC *(System Development Life Cycle)*, sehingga pengembangan desain aplikasi melalui UCS akan dioptimalkan dan berfokus kepada kebutuhan *end-user*. Sehingga aplikasi atau sistem ini diharapkan dapat sesuai dengan kebutuhan *user* tanpa prilaku yang berubah dalam memogramkan sistem tersebut.

Eksperimen dibutuhkan guna melihat jalannya UCD dengan baik, dibutuhkan iterasi dan pengalaman saat mengalami kaegagalan. Oleh pada UCD terdapat prinsip yang dapat digunakan guna menjadi panduan dalam menjalankan UCD, antara lain :

a. Memahami dengan jelas pengguna, disertai dengan pekerjannya dan lingkungan pengguna tersebut berada.
b. Desain dirancang didasarkan pada hasil evaluasi yang dilakukan pada setiap iterasi.
c. Mengutamakan aplikasi atau mobile yang memberikan pengalaman pengguna secara baik.
d. Berkoordinasi dengan client ketika dilakukan pembuatan dan perancangan desain.
e. Berdasarkan desainer prosedur pada UCD yaitu dengan memadukan usur investigative (misal

survey dan *interview*) dan juga unsur generative (misal : *brainstroming*) guna mendefinisikan dan memberikan kebutuhan terhadap pengguna. Secara umum yaitu iterasi sebagai proses UCD, yaitu evaluasi dan penglaman pada setiap prosesnya menjadi proses untuk tahpan berikutnya. Umumnya terdapat 4 proses yang ada pada UCD, yaitu (Setiadi & Setiaji, 2020) :



Gambar 2. 1 Proses User Centered Design

Sumber gambar : *https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design*

a. Understand Context of Use

Perancang sistem diharuskan memahami konteks fungsi digunakannya sistem, seperti siapa yang akan memakai sistem, untuk apa penggunaan sistem tersebut, dan dalam keadaan bagaimana mereka menggunakan sistem tersebut.

b. Specify User Requirements

Setelah perancang mengerti konteks penggunaan dari aplikasi, dilanjutkan pada penentuan kebutuhan pengguna. Perancang pada proses ini harus dapat merancang sesuai dengan kebutuhan uses pada tujuan dan bisnis yang ingin dicapainya.

c. Design Solutions

Perancangan solusi dari User Requirements menjadi proses berikutnya, pada proses perancangan ini akan melewati beberapa tahapan, mulai dari konsep kasar, prototype sampai desain lengkap.

d. Evaluation Againts Requirements

Pengguna akan dilibatkan pada evaluasi, evaluasi dimulai dari tahapan 1 sampai dengan tahapan berikutnya hingga ke tahapan akhir.

Perancang tentunya harus dapat mengerti rancangan sistemnya, seperti konteks kegunaan dari penggunaan sistem yang dirancangnya, siapa yang akan menggunakan aplikasi tersebut, untuk apa mereka menggunakannya dan dalam keadaan seperti apa mereka menggunakan aplikasi tersebut.

2.5. Pengelolaan Kinerja Media Sosial

Mengutip dari website posible.co bahwa media sosisal kaitannya dengan pengelolaan sudah menjadi bagian dari aspek kuncu dalam srategi strategi pemasaran online era bisnis yang dikembangkan di zaman modern. Tidak sedikit setiap harinya platform media social dan pengguna aktif, media sosial dikelola memberikan kesempatan pada keterhubungan secara efektif antara bisnis dan audiens mereka.

Pengelolaan media social memiliki definisi proses pengelolaan konten, kampanye pemasaran, dan interaksi di berbagai platform media social seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, Twittter, dan lainnya. Hal ini melibatkan memerlukan konten yang terjadwal, melakukan interaksi dengan pengikut, menganalisa kinerja, dan improve strategi data yang diperoleh. Berikut adalah manfaat dari pengelolaan media social:

a. Meningkatkan Kesadaran Merek

   Peningkatan kesadaran bisnis pada merek mereka apabila pengelolaan media sosial dilakukan dengan efektif. Konsisten dalam pembuatan konten yang dan relevan akan memberikan identitas merek yang kuat dan akan membuat audiens lebih mudah mengenal mereknya.

b. Menerbitkan Komunitas

   Melalui penggunaan media sosial, bisnis memiliki peluang untuk menumbuhkan kelompok pengikut setia. Dengan terlibat dalam interaksi yang aktif dan responsif, bisnis dapat membina hubungan yang lebih kuat dengan basis pelanggan mereka.

c. Meningkatkan Lalu Lintas Situs Web

   Konten yang menarik dan relevan memiliki kekuatan untuk memandu pengikut media sosial menuju situs web perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan lalu lintas dan potensi konversi.

d. Mengukur Kinerja Real-Time

   Dengan memanfaatkan manajemen media sosial, bisnis memiliki kemampuan untuk memantau dan menilai efektivitas konten mereka secara real-time. Melalui penggunaan alat analisis, bisnis dapat memperoleh wawasan berharga mengenai keberhasilan strategi mereka dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Selain keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan media sosial, terdapat juga strategi yang terbukti efektif dalam mengelola platform media sosial, yaitu:

a. Tentukan Tujuan yang Jelas
b. Pilih Platform yang Tepat
c. Membuat Konten Berkualitas
d. Menjadwalkan Konten Secara Konsisten
e. Interaksi dengan Pengikut
f. Analisis dan Optimalkan

Dalam strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial merupakan komponen penting yang efektif. Dengan mengelola konten, interaksi, dan kampanye pemasaran secara sistematis, peningkatan bisnis memberikan kesadaran merek, membangun komunitas, dan mengarahkan lalu lintas ke situs web mereka. Menerapkan manajemen media sosial memerlukan usaha dan waktu yang tidak sedikit, namun memberikan manfaat untuk jangka panjang yang tentunya sangat berharga. Dengan adanya strategi yang tepat, bisnis dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mencapai tujuan pemasaran mereka dan tetap kompetitif di pasar yang semakin digital.

2.6. Influencer

Maulana, Hadiani and Wahyuni, 2021, menyatakan bahwa "Influencer" merupakan seorang individu yang mempunyai peminat yang banyak, sangat persuasif pada individu yang mereka ikuti dan berfokus pada orang lain melalui hiburan virtual, seperti spesialis, superstar, blogger, YouTuber, dan lainnya. Mereka banyak disukai dan dipercaya oleh para pemirsa dan pendukungnya. Tindakan, perkataan, dan pakaian mereka berdampak pada pengikutnya, yang terdorong untuk membeli barang serupa.

Influencer harus memiliki karekteristik yang akan diperhitungkan sebagai strategi pemasaran suatu. Influencer akan dengan mudah mempengaruhi pengikutnya untuk tertari pada suatu produk yang dipasarkan. Kualitas influencer harus dipertimbangkan dengan produk yang ditawarkan. Jika pengikutnya merasa tertarik, pengaruh dapat mempersuasi mereka dengan mudah. Ada beberapa faktor yang memengaruhi promosi di platform sosial media, seperti faktor berfokus dan terarah, yang menunjukkan bahwa influencer memahami produk yang dipromosikan melalui video, foto, dan audio; dan influencer yang memiliki kredibilitas tinggi, yang dapat memengaruhi keputusan pembeli (Rahmawati 2021).

Influencer, terutama generasi muda, memiliki efek besar di media sosial. Influencer marketing adalah jenis strategi pemasaran yang melibatkan promosi produk oleh orang yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Influencer yang sukses harus memiliki banyak pengikut, pengaruh, dan kredibilitas di bidang mereka (Girsang 2020).

Menurut (Girsang 2020) Influencer merupakan individu yang memiliki pendukung yang signifikan pada media sosial, diberikan bayaran oleh perusahaan atau brand guna mempromosikan produk mereka kepada pendukungnya, melalui hadiah dan tamasya, serta porsi uang per posting atau konten waktu terbatas, dengan harapan dapat membujuk pembeli untuk membeli produk yang dijualnya.

Peran influencer sangat diharapkan dapat memberikan dampak pada penjualan produk yang meningkat dengan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik konsumen dalam hal membeli suatu barang (Rahmawati, 2021).

2.7. Pentingnya Strategi Pemasaran Digital bagi Influencer

Di era transformasi digital, pemasaran melalui media sosial telah menjadi salah satu pendekatan yang paling efektif untuk menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat. Influencer, sebagai bagian dari ekosistem pemasaran digital, memiliki kemampuan unik untuk membangun koneksi emosional dengan audiens mereka. Strategi pemasaran digital yang sukses tidak hanya bergantung pada kreativitas konten tetapi juga pada pemahaman yang mendalam tentang target audiens, platform yang digunakan, dan tujuan kampanye (Natasha Azzahra Aprillia et al., 2024). Bagi influencer, memiliki strategi pemasaran yang solid membantu mereka mempertahankan relevansi di pasar digital yang kompetitif dan memaksimalkan dampak dari konten yang mereka hasilkan.

Salah satu elemen kunci dari strategi pemasaran digital bagi influencer adalah kemampuan untuk menyelaraskan konten dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Dalam hal ini, data analitik memainkan peran penting dalam memberikan wawasan mendalam tentang tren, pola perilaku audiens, dan efektivitas kampanye. Dengan memahami data seperti engagement rate, impressions, dan click-through rate, influencer dapat menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan keterlibatan dan menarik perhatian audiens (Nugroho & Sari, 2023). Selain itu, strategi pemasaran yang didasarkan pada analitik memungkinkan influencer untuk menciptakan konten yang relevan, personal, dan menarik, sehingga mendorong interaksi yang lebih tinggi.

Selain konten dan analitik, platform yang digunakan juga menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran digital. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menawarkan audiens yang berbeda dengan karakteristik unik. Strategi pemasaran yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang algoritma, format konten, dan preferensi audiens di masing-masing platform (Chatib et al., 2022). Misalnya, konten video berdurasi pendek yang informatif cenderung berhasil di TikTok, sementara konten berbasis visual berkualitas tinggi lebih cocok untuk Instagram. Dengan menggunakan alat manajemen konten lintas platform seperti Creatorku Digital Portofolio, influencer dapat menyusun strategi terpadu yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan kehadiran mereka di berbagai platform sekaligus.

Strategi pemasaran digital bagi influencer juga mencakup pengelolaan hubungan dengan mitra bisnis atau merek. Banyak merek bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan produk atau layanan mereka melalui kampanye digital (Puspita Hannah & Nur Kholiza, 2024). Dalam konteks ini, influencer perlu menunjukkan profesionalisme dalam mengelola endorsement, melacak hasil kampanye, dan memberikan laporan yang terperinci. Platform seperti Creatorku Digital Portofolio memberikan fitur yang dapat membantu influencer dalam mengelola kerja sama dengan merek, seperti integrasi data analitik dan pelaporan otomatis. Dengan adanya strategi pemasaran yang matang, influencer tidak hanya dapat meningkatkan performa kampanye mereka tetapi juga memperkuat reputasi mereka di industri digital.

2.8 Kajian Pustaka

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka

No	Judul	Peneliti, Media Publikasi, dan Tahun	Hasil Penelitian	Kelemahan Penelitian	Perbandingan
1	Perancangan UI/UX pada Aplikasi Pememsanan Buket Menggunakan Metode User Ceentered Design (Studi Kasus : Bouqet Lampung) (Pramesti et al., 2022)	Penelitian : Ardia Gita Pramesti, Qardhli Jafar Adrian, Yusra Fernando. Media Publish: Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA) Tahun Penelitian : 2022	Penelitian menggunakan Metode *user centered design* melibatkan calon pengguna pada tahun awal pengembangan sehingga calon pengguna dapat memberikan masukan antarmuka sistem pemesanan	Peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperbaiki atau menambahkan beberapa fitur yang masih kurang guna penyempurnaan sistem yang telah dikembanggkan.	Perbedaaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian, penelitian ini dengan objek aplikasi pemesanan bouqet, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan objek Creatorku Digital Portofolio.

2	Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Makanan Berbasis Mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking (Dumalang et al., 2023)	Peneliti : Jovianto Marcellino Dumalang, Chriestie E.J.C Mountolalu, Dodos Utarma Lopihu Media Publikasi : JIMA-ILKOM Tahun Penelitian : 2023	Penelitian ini menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi penjualan makanan berbasis mobile pada UMKM di kota Manado dapat digunakan dengan baik oleh responden, serta dapat memberikan solusi atas permasalahan yang ada.	Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya sebaiknya juga memperhatikan peningkatan pada keamanan data oengguna dalam proses perancangan, dikarenakan keamanan data merupakan aspek yang penting	Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode *Design Thinking* digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dirasakan oleh pengguna. Sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan metode *User Centered Design.*

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan user-centered. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan tantangan yang dihadapi oleh influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka. Penelitian deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara rinci, seperti pola penggunaan media sosial, tantangan pengelolaan konten, dan kebutuhan terhadap fitur-fitur tertentu pada platform digital. Pendekatan ini juga memungkinkan penggalian data yang mendalam melalui wawancara, observasi, dan analisis dokume (Hikmah Alim et al., 2024)n.

Selain itu, pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan perspektif pengguna. Dalam hal ini, influencer sebagai subjek penelitian dilibatkan secara aktif untuk memberikan umpan balik yang relevan terkait kebutuhan dan masalah mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengidentifikasi solusi teknis yang dibutuhkan tetapi juga memahami faktor-faktor non-teknis yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Melalui wawancara mendalam dan observasi, peneliti dapat menggali wawasan yang tidak dapat diperoleh melalui pendekatan kuantitatif (Haidar Luthfi & Arfiani, 2024).

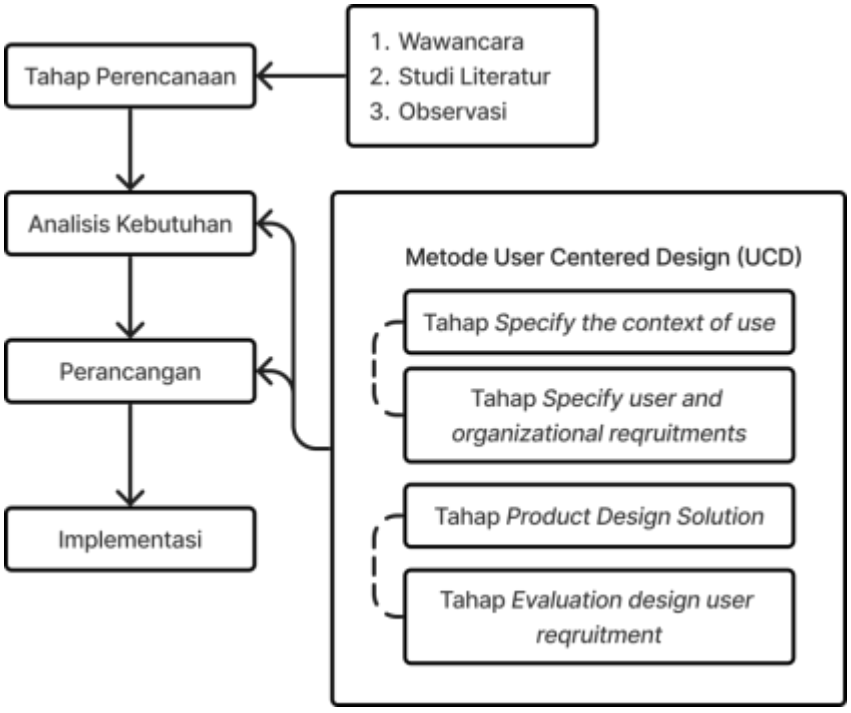
Penelitian ini juga menggunakan metode eksploratif untuk memahami konteks dan kebutuhan pengguna secara holistik. Metode eksploratif sangat relevan dalam pengembangan platform baru seperti Creatorku Digital Portofolio, di mana pengetahuan tentang kebutuhan pengguna belum sepenuhnya terdefinisi. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi peluang perbaikan dalam desain UI/UX, menentukan fitur yang relevan, dan mengevaluasi prototipe melalui keterlibatan pengguna langsung (R I & Saputra, 2023). Proses iterasi pada setiap tahapan penelitian juga memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar- benar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dengan mengombinasikan pendekatan deskriptif, kualitatif penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan pengguna dan menciptakan solusi desain yang berpusat pada pengguna.

Jenis penelitian ini tidak hanya menghasilkan data empiris yang mendukung pengembangan platform tetapi juga menyediakan landasan teoretis yang dapat dijadikan referensi bagi penelitian serupa di masa depan. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap keputusan desain didasarkan pada kebutuhan nyata pengguna dan bukan sekadar asumsi, sehingga menciptakan platform yang relevan, efektif, dan mudah digunakan (Rizkina, 2023).

3.2 Tahapan Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian.



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

Pada perencanaan penelitian ini dimulai dengan dilakukannya wawancara, studi literatur, dan observasi guna mendapatkan data permasalahan dan kebutuhan yang sesuai. Tujuan pengumpulan data ini dilaksanakan agar dapat menunjang kebutuhan berikutnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan beberapa metode untuk dapat mempermudah penelitian. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan mencakup sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab antara dua orang atau lebih, terdapat pihak penanya dan narasumber atau informan yang akan memberikan informasi. Pada wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa *influencer*

b. Observasi

Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung di lapangan, tujuannya untuk mendapatkan pemahaman terkait dengan fenomena yang sedang terjadi dengan pengetahuan dan gagasan yang sudah dimiliki sebelumnya. Observasi pada penelitian ini dilakukan agar mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan guna melanjutkan perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio menggunakan metode *User Centered Design* dengan studi kasus: pengelolaan kinerja media sosial untuk *influencer*.

3.4 Penerapan Metode *User Centered Design* (UCD)

Metode User Centered Design (UCD) dalam penelitian ini diterapkan melalui empat tahapan utama, yaitu Understand Context of Use, Specify User Requirements, Design Solution, dan Evaluation Against Requirements. Pendekatan ini menempatkan pengguna sebagai pusat dari seluruh proses perancangan UI/UX (Pramesti et al., 2022).

a. *Understand Context of Use*

Pada tahap ini, perancang sistem perlu memahami siapa pengguna dari aplikasi dan dalam konteks seperti apa mereka akan menggunakan sistem tersebut. Dalam penelitian ini, target pengguna adalah para influencer yang mengelola performa media sosial mereka untuk kebutuhan branding, engagement, dan monetisasi. Melalui wawancara, observasi, dan referensi dari Posibel.co (2024), diperoleh pemahaman bahwa para influencer membutuhkan platform yang dapat mempermudah pemantauan performa konten, mengatur kolaborasi dengan brand, serta menyusun jadwal publikasi konten. Pendekatan ini juga diperkuat oleh Girsang (2020) dan Maulana et al. (2021), yang menunjukkan pentingnya media sosial dalam membangun citra merek.

b. *Specify User Requirements*

Tahap ini bertujuan untuk merumuskan *user requirements* berdasarkan hasil tahapan sebelumnya. Dengan menggunakan teknik seperti user persona dan user journey map, perancang merinci fitur-fitur yang dibutuhkan oleh pengguna dengan analitik performa konten, pengelolaan data personal, manajemen endorsement, dan integrasi kalender

publikasi. Penentuan kebutuhan ini penting agar solusi yang dirancang benar-benar sesuai dengan ekspektasi pengguna. Pendekatan ini mengacu pada penelitian oleh Dumalang et al. (2023) dan Faisal et al. (2023), yang menyatakan bahwa penentuan kebutuhan secara spesifik dan berbasis data pengguna akan meningkatkan efektivitas desain.

c. *Design Solution*

Pada tahap ini, solusi desain mulai dikembangkan dari hasil *user requirements*. Proses ini dimulai dari pembuatan wireframe, mockup, hingga *prototype high-fidelity* menggunakan software Figma. Rancangan solusi ini melewati proses iteratif di mana pengguna dilibatkan dalam memberikan masukan pada setiap versi yang diuji coba. Pendekatan ini memungkinkan desain berkembang lebih baik dan semakin mendekati kebutuhan pengguna. Studi Haidar & Arfiani (2024) serta Nugroho & Sari (2023) menekankan pentingnya tahap desain yang fleksibel dan responsif terhadap *feedback* pengguna.

d. *Evaluation Againts Requirements*

Tahap akhir adalah evaluasi terhadap prototype yang telah dikembangkan. Evaluasi dilakukan dengan melibatkan pengguna melalui metode *usability testing*, di mana aspek efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna dinilai. Dari hasil evaluasi tersebut, perancang mendapatkan masukan untuk memperbaiki desain pada iterasi berikutnya. Tahap evaluasi ini dapat dilakukan secara berulang hingga sistem dianggap sesuai dengan ekspektasi pengguna. Prinsip ini ditekankan oleh Setiadi & Setiaji (2020) dan Mubiarto et al. (2023), yang menegaskan bahwa feedback pengguna merupakan elemen penting dalam proses UCD.

3.5 Alat Penelitian

Alat untuk melakukan penelitian, yang dibutuhkan diantaranya ada beberapa bentuk perangkat :

a. Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangka keras berupa laptop dengan spesifikasi :

1. *Proccesor* Intel (R) Celeron(R) CPU N3350 @ 1.10GHz 1.10 GHz.
2. RAM 10GB.
3. Tipe sistem operasi 64-bit.

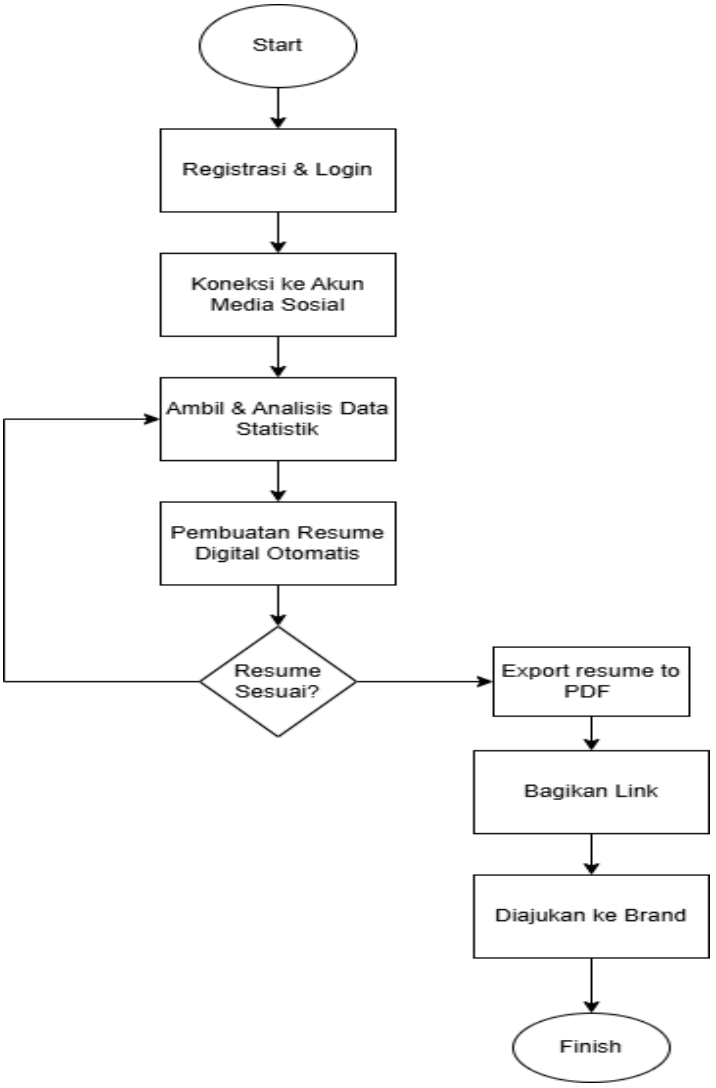
b. Perangkat Lunak (*Software*)

1. Sistem Operasi Microsoft Windows 10.
2. Pengolaha Kata Microsoft Office Word 2019.
3. Browser : Google Chroom.
4. Figma.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil dan Pembahasan

a. Proses Bisnis



Gambar 4.1 Flowchart Sistem Creatorku Digital Portofolio

Aplikasi Creatorku Digital Portofolio dirancang untuk membantu influencer dalam mengelola performa media sosial mereka serta mempermudah mereka dalam mendapatkan peluang kerja sama dengan brand. Proses bisnis dalam aplikasi ini melibatkan beberapa langkah utama, yang menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem.

Proses bisnis dalam aplikasi *Creatorku Digital Portofolio* dirancang secara sederhana dan efisien untuk membantu influencer dalam membuat resume digital berbasis performa media sosial. Proses dimulai dari registrasi dan login pengguna ke dalam sistem. Setelah berhasi masuk, pengguna dapat menghubungkan akun media sosial mereka agar sistem dapat mengambil data statistik seperti jumlah pengikut, *engagement rate*, *likes*, komentar, *reach*, dan impresi.

Data tersebut kemudian dianalisis dan digunakan untuk membuat resume digital secara otomatis dalam bentuk visual yang menarik dan profesional. Resume ini dapat dipratinjau dan diekspor dalam format PDF, atau dibagikan melalui tautan online. Resume yang dihasilkan selanjutnya dapat digunakan oleh influencer untuk melamar kerja sama dengan brand atau mengikuti seleksi program brand ambassador.

b. Tahap Understanding Users

Tahap ini merupakan langkah awal untuk memahami kebutuhan dan karakteristik pengguna. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara mendalam dan survei terhadap influencer media sosial yang menjadi target pengguna Creatorku Digital Portofolio. Berikut adalah hasil temuan dari tahap understanding users:

a. Observasi

Dalam rangka perancangan UI/UX untuk platform Creatorku Digital Portofolio, dilakukan observasi langsung terhadap penggunaan media sosial oleh influencer serta kebutuhan pengelolaan kinerja media sosial mereka. Observasi ini dilakukan melalui pengamatan partisipatif dan interaksi langsung dengan influencer yang telah ditentukan sebagai subjek penelitian.

1. Identifikasi Kebutuhan Pengguna

Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa influencer menghadapi beberapa tantangan dalam mengelola kinerja media sosial mereka, antara lain:

a. Kemudahan Mendaftar Trial

Influencer baru sering kali ingin mencoba platform terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk berlangganan. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan fitur pendaftaran trial yang mudah diakses dan digunakan. Dengan adanya fitur ini di halaman utama, pengguna dapat langsung mencoba layanan tanpa proses registrasi yang panjang dan rumit.

b. Transparansi dalam Harga

Influencer membutuhkan informasi harga yang jelas dan transparan terkait layanan yang ditawarkan. Banyak dari mereka ingin mengetahui dengan pasti apa

yang mereka dapatkan dari setiap paket berlangganan. Pengguna memerlukan halaman pricing yang terperinci dengan pilihan paket berlangganan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi fitur maupun harga, sehingga mereka bisa membuat keputusan yang tepat.

c. Pengelolaan Konten dan Analisis Performa

Influencer dengan jumlah pengikut yang besar memerlukan platform yang mampu mengelola konten sekaligus memberikan analisis performa secara real-time. Banyak dari mereka menghadapi kesulitan dalam memantau engagement, like, dan komentar pada konten mereka di berbagai platform secara efisien. Kebutuhan ini mengarah pada solusi analisis konten terpadu, di mana semua metrik performa tersedia dalam satu halaman.

d. Kebutuhan Informasi Tentang Perusahaan

Pengguna sering kali merasa perlu mengetahui lebih dalam mengenai perusahaan di balik platform yang mereka gunakan. Mereka ingin memahami visi, misi, dan tujuan perusahaan untuk memastikan bahwa platform tersebut sesuai dengan nilai- nilai yang mereka anut. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan halaman "About" yang memberikan informasi yang lengkap dan dapat diandalkan tentang perusahaan.

e. Personalisasi Profil dan Data Diri

Influencer sering kali membutuhkan kemampuan untuk memperbarui dan menyesuaikan data diri mereka di platform, termasuk mengubah foto profil, nama, dan informasi personal lainnya yang dapat mendukung personal branding mereka. Kebutuhan ini mengarah pada fitur personal branding yang memungkinkan pengguna untuk memodifikasi profil mereka agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan kepada audiens.

2. Perilaku Pengguna Saat Mengelola Kinerja Media Sosial

Selama observasi, ditemukan pola perilaku pengguna yang khas saat mengelola media sosial, antara lain:

a. Frekuensi Penggunaan: Sebagian besar influencer memeriksa performa konten dan interaksi audiens beberapa kali dalam sehari. Hal ini menunjukkan pentingnya desain UI yang responsif dan mudah diakses kapan saja.

b. Multitasking: Influencer sering kali multitasking antara pengelolaan konten, analitik, dan interaksi langsung dengan pengikut mereka. Hal ini menegaskan bahwa platform yang dirancang harus mendukung fungsi multitasking yang lancar.

c. Preferensi Visual: Influencer menunjukkan preferensi terhadap desain visual yang minimalis namun tetap informatif. Mereka membutuhkan tampilan yang bersih dan tidak mengganggu fokus mereka dalam pengelolaan konten.

b. Wawancara

Dalam rangka perancangan UI/UX platform Creatorku Digital Portofolio, dilakukan wawancara dengan beberapa influencer yang aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Berikut adalah beberapa temuan utama dari wawancara tersebut:

Tabel 4. 1 Temuan Utama dari Wawancara

No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1	Andini Pramesti	15.000	Instagram	Kemudahan Pengelolaan Konten	Bagaimana Anda mengelola konten media sosial di berbagai platform saat ini? Apa kesulitan utama yang Anda hadapi?	Saya sering kesulitan mengelola jadwal posting di berbagai platform seperti Instagram danYouTube. Harus memonitor engagement, likes,dan komentar secara manual sangat memakan waktu. Saya butuh satu	Influencer menghadapi tantangan dalam pengelolaan konten lintas platform. Mereka membutuhkan fitur yang dapat mengintegrasikan semua media sosial dalam satu platform dan menyediakan Data kinerja

No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
						Alat yang bisa mengintegrasikan semua platform ini dan memberikan data analitik langsung.	Konten secara real-time.
2	Bayu Mahendra	25.000	Instagram, YouTube	Analiis Perfora Konten	Bagaimana Anda menilai performa konten yang Anda posting? Apakah Anda merasa informasi yang Anda terima dari platform saat ini sudah memadai?	Biasanya saya hanya melihat jumlah likes dan komentar untuk mengukur seberapa sukses konten saya. Namun, saya rasa itu tidak cukup karena saya butuh tahu lebih detail, misalnya bagaimana engagement rate berkembangdari waktu ke waktu.	Pengguna merasa bahwa informasi yang mereka dapatkan saat ini tidak cukup mendalam. Mereka membutuhkan analisis performa yang lebih komprehensif yang mencakup data engagement, growth, dan tren audiens.

No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3	Citra Larasati	50.000	Instagram	Kebutuhan Personalisasi Profil	Apakah Anda merasafitur personalisasi pada platform portofolio digital penting bagi Anda? Mengapa?	Sangat penting. Sebagai seorang influencer, identitas saya di media sosial Adalah bagian dari brand saya. Jadi, saya butuh profil yang bisa saya personalisasi sesuai dengan gaya saya, termasuk memilih tampilan visual yang sesuai dengan estetika konten saya.	Pengguna memiliki kebutuhan tinggi akan fitur personalisasi pada platform. Mereka ingin dapat menyesuaikan profil digital mereka agar sesuai dengan citra personal branding yang mereka ciptakan di media sosial.
4	Dimas Aditya	100.000	YouTube	Fitur Pendaftaran Trial	Bagaimana pandangan Anda tentang fitur pendaftaran tria pada sebuah platform digital? Apakah ini mempengaruhi keputusan Anda untuk mencoba suatu layanan?	Pendaftaran trial sangat membantu, karena saya bisa mencoba layanan terlebih dahulu tanpa harus langsung berkomitmen. Biasanya saya Tidak akan langsung membeli suatu layanan sebelum mencoba dulu apakah platform tersebut sesuai dengan kebutuhan saya.	Fitur trial menjadi salah satu faktor kunci dalam keputusan pengguna untuk mencoba suatu platform. Hal ini memberikan rasa aman bagi pengguna untuk mengevaluasi apakah layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka.

No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
5	Eliza Kartika	75.000	Instagram	Transparansi Harga	Seberapa penting bagi Anda untuk mengetahui harga layanan secara jelas sebelum menggunakan platform?	Sangat penting. Saya perlu tahu secara detail apa saja fitur yang saya dapatkan di setiap paket harga Kadang- kadang, informasi harga yang tidak jelas membuat saya Ragu untuk berlangganan.	Transparansi harga sangat Penting bagi pengguna. Mereka menginginkan informasi harga yang jelas dan terperinci agar dapa memilih paket yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa kebingungan.
6	Fikri Ramadhan	60.000	Instagram, YouTube	Pengelolaan Endorsement	Bagaimana Anda mengelola Kerja sama dengan brand Saat ini? Apakah ada Fitur yang menurut Anda bisa mempermudah proses ini?	Saat ini saya mengelola semua endorsement secara manual, dari komunikasi dengan brand sampai pelaporan hasil kampanye. Akan sangat membantu jika ada fitur di platform yang bisa otomatis mengelola dan melacak performa konten berbayar.	Pengguna memerlukan fitur pengelolaan Endorsement yang lebih efisien, termasuk sistem otomatis untuk melacak dan melaporkan hasil dari kerja sama dengan brand.

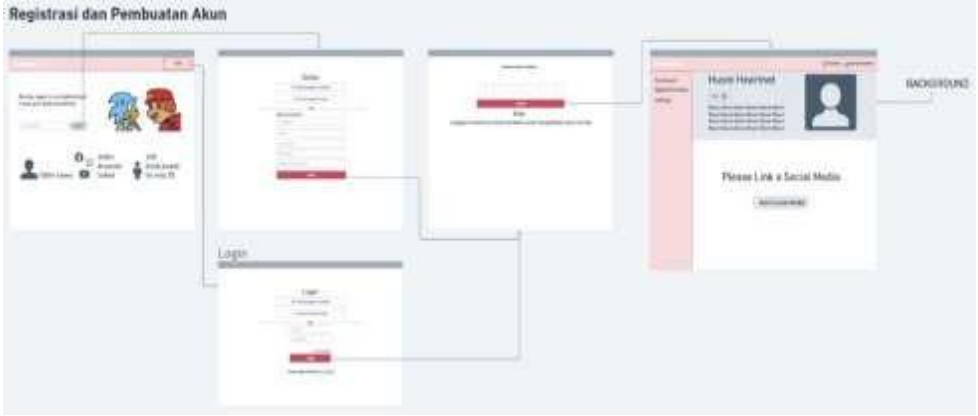
No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
7	Galuh Ambarwati	40.000	Instagram	Kemudahan Pengelolaan Konten	Bagaimana Anda mengelola konten media sosial di berbagai platform saat ini? Apa kesulitan utama yang Anda hadapi?	Kesulitan terbesar saya adalah membuat jadwal posting terkoordinas di berbagai platform. Fitur Yang bisa Membuat satu jadwal untuk semua platform akan sangat membantu saya.	Influencer membutuhkan alat yang dapat membantu mereka mengelola jadwal lintas platform Untuk efisiensi Waktu dan koordinasi konten.
8	Hendra Saputra	30.000	Instagram	Analisis Performa Konten	Bagaimana Anda menilai performa konten yang Anda posting? Apakah Anda merasa informasi yang Anda terima dari platform saat ini sudah memadai?	Saya merasa engagement rate sangat penting, tapi saya ingin data yang lebih detail seperti Grafik tren bulanan.	Analitik yang lebih terperinci dari visualisasi data tren bulanan akan sangat membantu influencer dalam memahami perkembangan performa konten mereka.

No.	Nama Influencer	Followers	Platform	Aspek	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
9	Intan Pertiwi	20.000	YouTube	Fitur Pendaftaran Trial	Bagaimana pandangan Anda tentang fitur pendaftaran trial pada sebuah platform digital? Apakah ini mempengaruhi keputusan Anda untuk mencoba suatu layanan?	Sangat penting karena pendaftaran trial memberi saya Peluang untuk mencoba layanan tanpa risiko, sehingga saya bisa melihat apakah layanan itu cocok untuk kebutuhan saya sebelum memutuskan untuk berlangganan.	Fitur trial adalah salah satu fitur kunci yang menentukan keputusan pengguna untuk mencoba platform, terutama untuk layanan yang membutuhkan komitmen jangka panjang.
10	Joko Widiya nto	55.000	Instagram, YouTube	Kebutuhan Personalisasi Profil	Apakah Anda merasa fitur personalisasi pada platform portofolio digital penting bag Anda? Mengapa?	Identitas visual sangat penting untuk brand saya. Saya membutuhkan fitur untuk mengganti tema profil atau menambahkan elemen khusus Sesuai dengan Estetika brand saya.	Influencer menganggap personalisasi tema dan elemen visual adalah komponen penting untuk mendukung personal branding mereka di media sosial.

c. Tahap Design

Tahap desain diawali dengan pembuatan wireframe *low-fidelity* untuk memetakan alur navigasi dan tampilan dasar dari aplikasi. Wireframe dibuat berdasarkan user requirement yang telah dianalisis pada tahap sebelumnya. Dalam proses ini, peneliti menggunakan Whimsical sebagai alat bantu untuk menyusun wireframe karena kemampuannya yang intuitif dan efisien dalam menggambarkan layout halaman dan alur interaksi pengguna.

1. Wireframe Registrasi dan Pembuatan Akun



Gambar 4. 2 Wireframe Registrasi dan Pembuatan Akun

Halaman registrasi dan pembuatan akun dirancang sebagai titik awal pengguna dalam menggunakan aplikasi Creatorku Digital Portofolio. Pada wireframe ini, ditampilkan elemen-elemen utama seperti form input untuk nama lengkap, alamat email, username, kata sandi, serta konfirmasi kata sandi. Terdapat juga tombol action seperti “Daftar” dan opsi “Sudah punya akun? Masuk” yang ditempatkan di bagian bawah untuk mengarahkan pengguna yang telah memiliki akun.

Desain wireframe ini menitikberatkan pada kesederhanaan dan keterbacaan guna mempermudah pengguna dalam mengisi data tanpa distraksi visual. Penyusunan elemen dibuat secara vertikal agar mudah diakses baik di perangkat mobile maupun desktop. Selain itu, struktur navigasi dan petunjuk isian disusun secara logis untuk mendukung pengalaman pengguna yang efisien sejak awal proses masuk ke sistem.

2. Wireframe Halaman Utama



Gambar 4. 3 Wireframe Halaman Utama

Gambar di atas menunjukkan tampilan dashboard dari platform Creatorku Digital Portofolio. Dashboard ini merupakan halaman utama setelah pengguna berhasil masuk ke dalam aplikasi. Halaman ini dirancang dengan mempertimbangkan kemudahan penggunaan dan akses cepat ke fitur utama yang dibutuhkan oleh influencer. Berikut adalah penjelasan tentang elemen-elemen yang ada dalam wireframe dashboard:

a. Navigasi Utama

Di bagian atas dashboard, terdapat menu navigasi utama yang memberikan akses langsung ke berbagai fitur penting, seperti profil pengguna, analisis kinerja media sosial, pengaturan, dan lainnya. Menu ini didesain sederhana dan mudah dijangkau, sesuai dengan prinsip user-centered design yang menekankan kemudahan navigasi bagi pengguna

b. Performance Overview

Di bagian tengah dashboard, terdapat ringkasan kinerja yang memberikan gambaran umum tentang statistik media sosial pengguna, seperti jumlah followers, likes, dan engagement rate. Ini memudahkan influencer untuk mendapatkan informasi penting tentang performa akun mereka dengan cepat. Fitur ini berdasarkan temuan dari

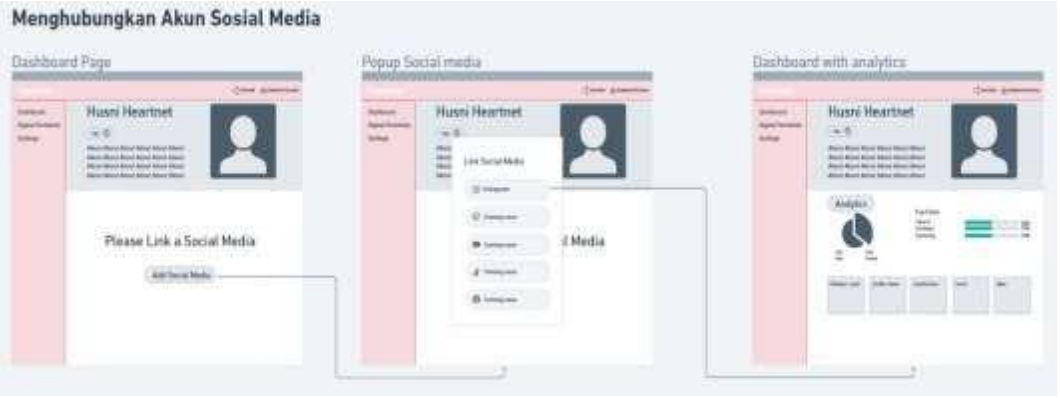
riset skripsi, di mana influencer menginginkan akses cepat dan visualisasi data kinerja mereka.Wireframe Membuat Resume



Gambar 4. 4 Wirefremae Membuat Resume

Di bagian utama halaman, terdapat formulir untuk memilih data kinerja yang ingin dimasukkan ke dalam resume digital. Pengguna dapat memilih metrik yang relevan, seperti jumlah followers, engagement rate, atau statistik lain yang menggambarkan kinerja mereka di platform media sosial. Pengguna juga dapat memilih periode waktu tertentu untuk menganalisis kinerja mereka. Formulir ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan resume mereka dengan data yang paling relevan.

3. Wireframe Menghubungkan ke Sosial Media



Gambar 4. 5 Menghubungkan ke Sosial Media

Terdapat integrasi media sosial dengan ikon berbagai platform populer seperti Instagram. Setiap ikon mewakili platform yang terhubung dengan akun pengguna dan menampilkan data performa untuk setiap platform secara terpisah. Hal ini memungkinkan influencer untuk mengelola konten di berbagai platform media sosial dari satu dashboard yang terpusat, sesuai dengan kebutuhan yang ditemukan dalam penelitian.

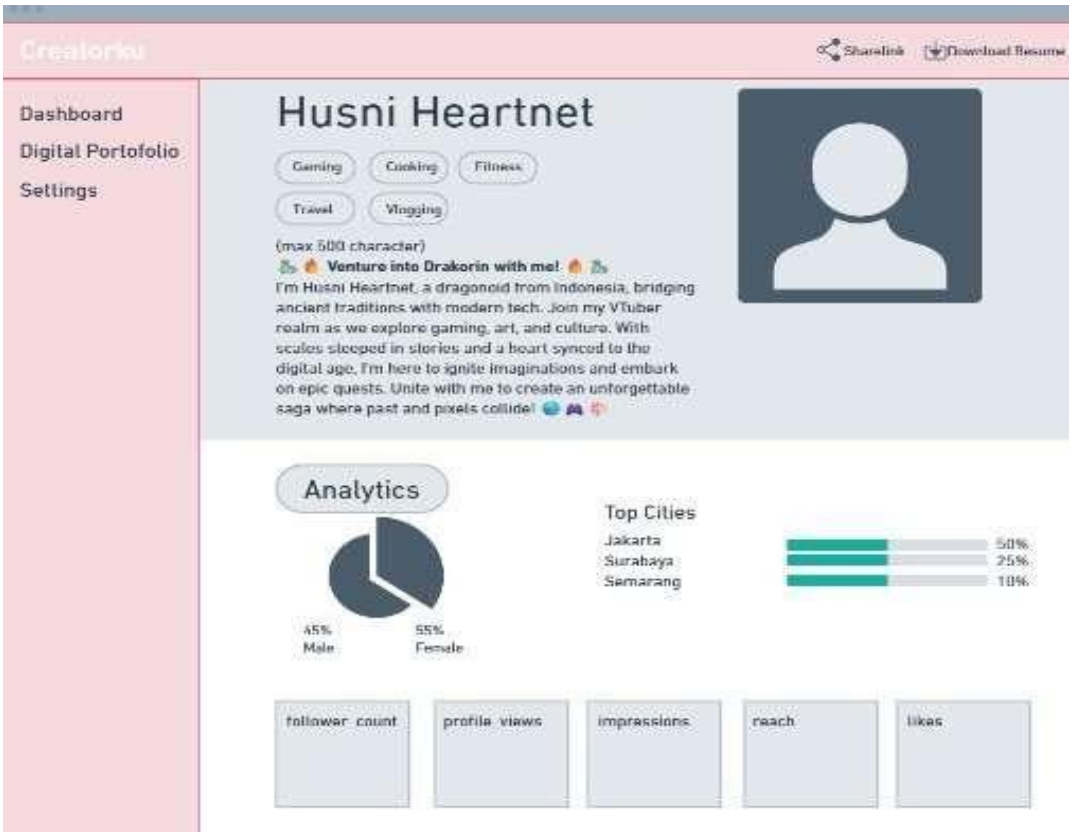
4. Wireframe Halaman Sharelink



Gambar 4. 6 Wireframe Menghubungkan ke Sosial Media

Wireframe ini menampilkan halaman yang dirancang untuk memudahkan pengguna membagikan resume digital mereka. Terdapat tombol *Copy Link* untuk menyalin tautan secara instan, serta ikon media sosial (Instagram, YouTube, LinkedIn, dsb.) untuk membagikan secara langsung. Fitur tambahan seperti *Share via Email* dan kolom *pesan kustom* disediakan agar pengguna dapat menyertakan pesan pribadi. Tampilan dibuat minimalis dengan navigasi sederhana agar proses berbagi cepat dan mudah.

5. Wireframe Export PDF



Gambar 4. 7 Wireframe Export PDF

Wireframe ini menggambarkan halaman yang memungkinkan pengguna untuk mengekspor resume digital mereka dalam format PDF. Terdapat tombol utama Export to PDF yang mudah diakses, serta opsi untuk memilih bagian mana saja yang ingin disertakan dalam file, seperti statistik performa konten, data engagement, dan portofolio unggulan. Tampilan dirancang sederhana dan efisien, memudahkan pengguna melakukan ekspor hanya dengan beberapa klik. Fitur ini sangat penting untuk kebutuhan profesional influencer saat mengajukan kerja sama dengan brand.

Setelah dilakukan validasi awal terhadap wireframe, proses dilanjutkan dengan pembuatan desain visual (*high-fidelity design*) menggunakan Figma.

1. Halaman Utama



Gambar 4. 8 Halaman Utama

Gambar di atas adalah tampilan homepage dari platform Creatorku Digital Portofolio yang dirancang untuk membantu influencer mengelola kinerja media sosial mereka. Homepage ini menampilkan beberapa elemen penting yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil penelitian:

a. Tagline dan Informasi Utama

Pada bagian atas homepage, terdapat judul utama yang berbunyi "Enhance Your Content Creation Journey with Creatorku". Kalimat ini menekankan fungsi utama dari platform, yaitu untuk meningkatkan perjalanan kreasi konten bagi para influencer. Sesuai dengan penelitian di skripsi, halaman ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan ringkas kepada pengguna tentang manfaat platform.

b. Ajakan untuk Mendaftar (Call to Action)

Di bawah tagline, terdapat tombol "Start your trial" yang berfungsi sebagai Call to Action (CTA). Ini sesuai dengan kebutuhan pengguna yang diidentifikasi dalam skripsi, yaitu untuk memberikan kemudahan bagi influencer mencoba platform sebelum berlangganan. Fitur pendaftaran trial ini penting untuk menarik perhatian pengguna baru dan memudahkan mereka mencoba layanan tanpa komitmen awal.

c. Integrasi Media Sosial

Bagian tengah halaman memperlihatkan ilustrasi dengan ikon platform media sosial populer seperti Instagram, YouTube, dan Twitter. Ini menunjukkan bahwa Creatorku Digital Portofolio mendukung integrasi lintas platform media sosial, yang sangat diperlukan oleh influencer dalam mengelola konten di berbagai media sosial sekaligus. Sesuai dengan hasil observasi dalam skripsi, pengguna menginginkan alat yang bisa mengintegrasikan semua platform dalam satu sistem.

d. Accurate Analytics

Gambar ini juga menekankan fitur "Accurate Analytics", yang merupakan salah satu poin penting dalam hasil wawancara di skripsi. Influencer memerlukan analisis kinerja konten yang detail dan real-time untuk mengoptimalkan strategi media sosial mereka. Dengan adanya fitur ini, platform memenuhi kebutuhan pengguna untuk melihat engagement, likes, komentar, dan performa konten secara komprehensif.

e. Fitur Ekspor Data

Gambar ini juga menampilkan fitur export your digital resume based on your analytics performance, yang mencerminkan kebutuhan influencer untuk membuat laporan performa konten. Fitur ini sesuai dengan hasil wawancara, di mana pengguna menginginkan kemampuan untuk menghasilkan laporan otomatis yang bisa langsung digunakan dalam kerja sama dengan brand atau mitra bisnis.

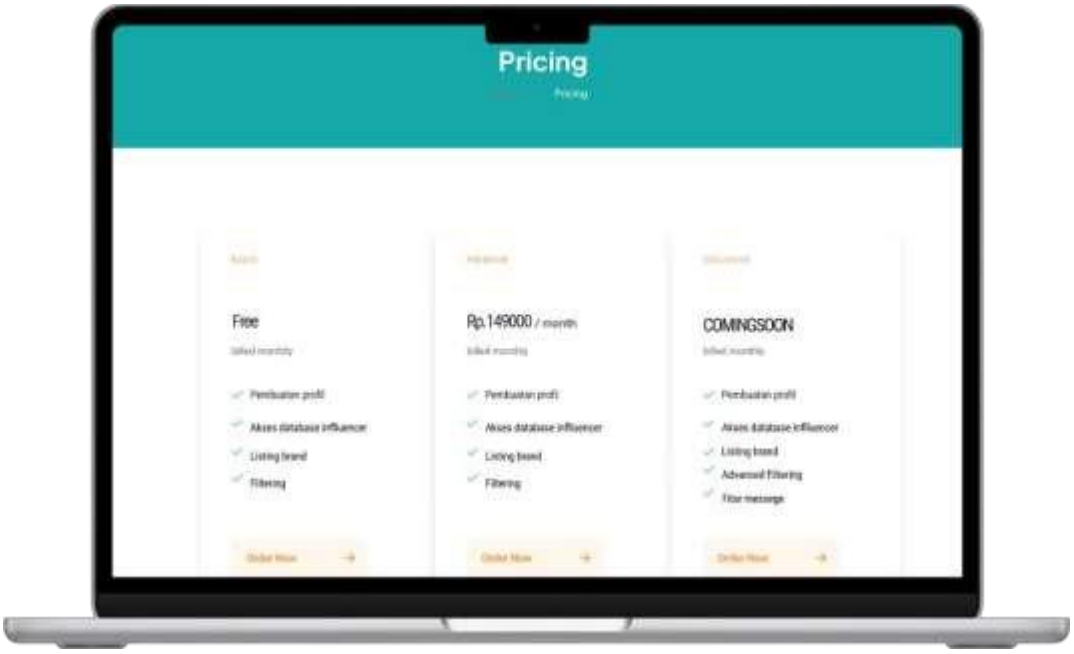
f. Navigasi yang Sederhana

Pada bagian atas gambar terlihat menu navigasi yang sederhana dan mudah diakses, termasuk fitur, pricing, dan about. Ini sesuai dengan temuan di skripsi bahwa pengguna membutuhkan navigasi yang jelas dan memungkinkan mereka untuk langsung menuju halaman yang mereka butuhkan tanpa banyak klik.

g. Visual dan Desain yang Minimalis

Secara keseluruhan, desain visual dari halaman ini menggunakan pendekatan yang minimalis namun modern, dengan warna-warna cerah dan elemen visual yang jelas. Ini sesuai dengan umpan balik pengguna dalam skripsi yang menginginkan tampilan visual yang tidak terlalu ramai, tetapi tetap menarik secara estetika.

2. Halaman Harga



Gambar 4. 9 Halaman Harga

Gambar ini menunjukkan halaman Pricing dari platform Creatorku Digital Portofolio. Halaman ini didesain untuk memberikan informasi yang jelas dan detail mengenai paket-paket berlangganan yang tersedia bagi pengguna. Elemen-elemen yang ada pada halaman ini selaras dengan hasil penelitian dalam skripsi, khususnya yang berkaitan dengan kebutuhan transparansi harga dan fleksibilitas dalam memilih layanan. Berikut adalah penjelasan setiap elemen:

a. Tiga Paket Berlangganan

Halaman ini menampilkan tiga paket berlangganan, masing-masing dengan fitur dan harga yang berbeda: Free, Premium, dan Exclusive. Setiap paket dilengkapi dengan deskripsi singkat tentang fitur yang termasuk, seperti:

1) Free Plan: Termasuk fitur dasar seperti pembuatan profil dan analitik sederhana.
2) Premium Plan: Menambahkan fitur yang lebih lengkap seperti advanced analytics, akses tak terbatas ke konten, dan penyimpanan yang lebih besar.
3) Exclusive Plan: Paket yang paling lengkap, mencakup semua fitur dari paket sebelumnya serta customized features untuk kebutuhan spesifik influencer yang lebih besar.

Desain ini mengikuti prinsip User Centered Design (UCD) dengan memberikan pengguna kemampuan untuk memilih paket yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi harga maupun fitur. Berdasarkan penelitian dalam skripsi, influencer memerlukan fleksibilitas dalam memilih paket berlangganan berdasarkan jumlah pengikut dan kebutuhan pengelolaan konten mereka.

b. Deskripsi Fitur Paket yang Jelas

Setiap paket berlangganan disertai dengan deskripsi yang jelas tentang fitur-fitur yang disertakan. Ini membantu pengguna untuk dengan cepat membandingkan perbedaan antar paket, dan memastikan bahwa mereka memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Sesuai dengan temuan dalam skripsi, pengguna menginginkan informasi yang mudah dipahami dan dapat diakses secara visual.

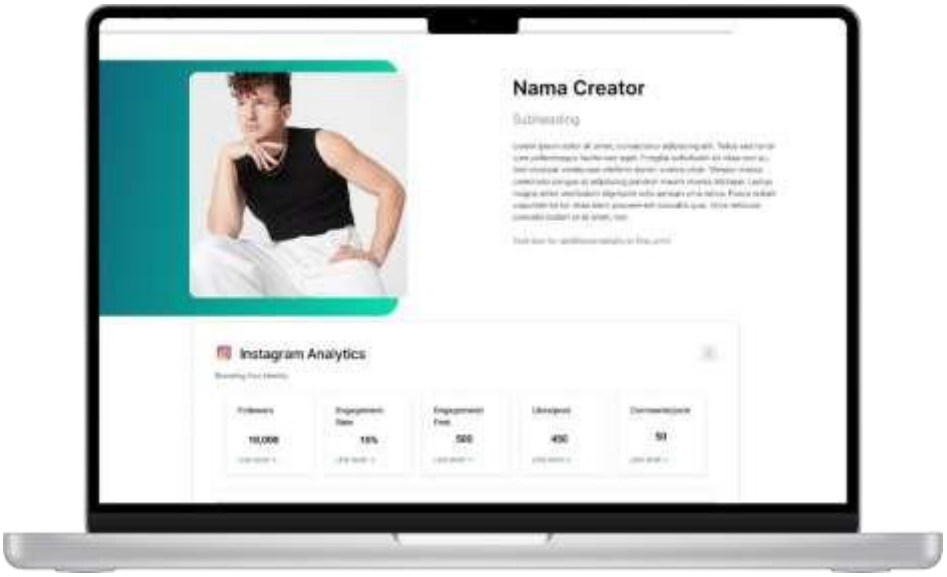
c. Tombol Call-to-Action

Di bagian bawah setiap paket, terdapat tombol Call-to-Action yang mengundang pengguna untuk mendaftar atau memulai paket tersebut. Ini memberikan pengalaman pengguna yang lancar, di mana mereka dapat dengan mudah memilih paket yang mereka inginkan dan langsung mendaftar tanpa hambatan. Navigasi yang mudah ini merupakan salah satu kebutuhan utama yang diidentifikasi dalam penelitian.

d. Navigasi Halaman Pricing

Seperti pada halaman lainnya, terdapat menu navigasi yang sederhana di bagian atas halaman, dengan pilihan seperti Features, Pricing, Demo, About. Hal ini sesuai dengan kebutuhan pengguna yang diidentifikasi dalam skripsi, di mana pengguna menginginkan navigasi yang intuitif dan memungkinkan mereka untuk langsung berpindah ke halaman yang diinginkan tanpa melalui terlalu banyak langkah.

3. Halaman Demo



Gambar 4. 10 Halaman Demo

Gambar ini memperlihatkan halaman profil influencer yang menampilkan informasi personal serta analisis kinerja media sosial, khususnya Instagram. Desain halaman ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang ingin memantau dan mempersonalisasi profil mereka sekaligus mendapatkan analisis konten secara terperinci. Berikut adalah penjelasan setiap elemen dalam halaman ini:

a. Informasi Profil Influencer

Pada bagian atas halaman, terlihat foto profil dan nama influencer yang ditampilkan secara mencolok. Di sampingnya terdapat deskripsi singkat mengenai influencer, termasuk subheading yang menjelaskan identitas dan bidang mereka. Hal ini sesuai dengan kebutuhan pengguna yang diidentifikasi dalam skripsi, di mana influencer ingin mempersonalisasi profil mereka untuk mencerminkan personal branding secara efektif. Desain ini memudahkan pengguna untuk menampilkan identitas mereka kepada audiens atau brand dengan jelas.

b. Analisis Kinerja Instagram (Instagram Analytics)

Di bagian bawah profil, terdapat Instagram Analytics yang menyediakan data kinerja media sosial influencer. Analisis ini mencakup metrik-metrik penting seperti:

1) Number of Followers: Menunjukkan jumlah pengikut di Instagram.
2) Engagement Rate: Menunjukkan tingkat keterlibatan pengikut terhadap konten yang diunggah.
3) Engagement Rate per Post: Melihat keterlibatan per posting.
4) Likes/Post dan Comments/Post: Melacak jumlah rata-rata likes dan komentar per postingan.

Informasi analitik ini sangat penting bagi influencer untuk memahami performa konten mereka. Sesuai dengan hasil wawancara dalam skripsi, influencer membutuhkan data yang terperinci dan real-time untuk membantu mereka mengoptimalkan strategi konten di media sosial. Halaman ini memberikan kemudahan dalam melihat data performa yang dibutuhkan tanpa harus berpindah ke platform lain.

c. Visualisasi Data dengan Grafik

Di bawah metrik analitik, terdapat grafik yang memperlihatkan perincian komentar berdasarkan gender dan sentimen. Grafik ini membantu influencer untuk lebih memahami demografi pengikut mereka serta sentimen audiens terhadap konten yang mereka buat. Berdasarkan penelitian dalam skripsi, influencer ingin melihat visualisasi data yang mudah dipahami untuk membantu mereka dalam membuat keputusan strategis tentang konten.

d. Navigasi yang Sederhana

Seperti pada halaman lain, navigasi utama di bagian atas tetap terlihat dengan pilihan seperti Features, Pricing, Demo, About. Ini memberikan pengguna kemudahan untuk berpindah antar halaman dengan cepat dan efisien, sesuai dengan prinsip User Centered Design (UCD) yang menekankan navigasi intuitif dan mudah digunakan.

e. Personalisasi yang Mendalam

Halaman ini tidak hanya menampilkan data analitik, tetapi juga memungkinkan pengguna untuk menampilkan informasi personal secara bebas. Pengguna dapat memperbarui dan mengedit profil mereka sesuai dengan identitas yang ingin mereka tonjolkan.

4. Halaman About



Gambar 4. 11 Halaman About

Gambar ini memperlihatkan halaman About Us yang memberikan informasi mengenai perusahaan di balik platform Creatorku Digital Portofolio. Halaman ini dirancang untuk membantu pengguna memahami lebih dalam mengenai visi, misi, dan tujuan perusahaan. Sesuai dengan penelitian dalam skripsi, halaman ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas antara pengguna dan platform. Berikut adalah penjelasan setiap elemen:

a. Deskripsi Perusahaan

Di bagian tengah, terdapat deskripsi singkat tentang Creatorku. Penjelasan ini mencakup informasi bahwa platform ini dikhususkan untuk semua jenis kreator konten, termasuk blogger, influencer, desainer, dan artis. Penekanan pada dukungan untuk berbagai jenis kreator menunjukkan bahwa perusahaan memahami kebutuhan yang beragam dari pengguna mereka, yang sangat penting dalam metode UCD. Penjelasan ini juga mencakup tujuan utama platform, yaitu untuk membantu kreator mengembangkan keterampilan mereka, mencapai tujuan, dan meningkatkan kinerja konten mereka.

b. Gambar Visual yang Mewakili Perusahaan

Di sebelah deskripsi, terdapat gambar visual yang memperlihatkan laptop dan peta dunia. Gambar ini menggambarkan bahwa Creatorku adalah platform yang global

dengan pengguna yang tersebar di berbagai negara. Hal ini memberikan kesan bahwa platform ini dapat digunakan oleh siapa saja, di mana saja, untuk membantu mereka mencapai tujuan dalam mengelola dan mengembangkan konten. Penggunaan visual ini juga sesuai dengan prinsip User Centered Design, di mana elemen visual yang representatif dapat membantu pengguna lebih memahami tujuan dan misi perusahaan.

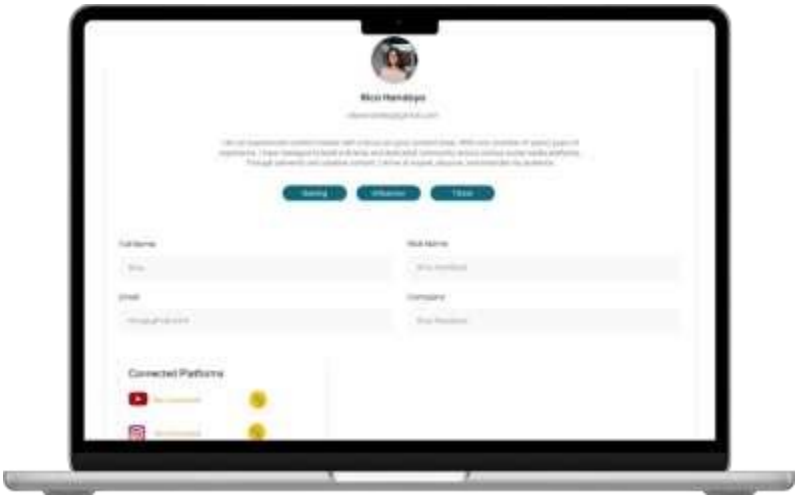
c. Fokus pada Dukungan Kreator Konten

Deskripsi juga menekankan bahwa Creatorku berfokus pada dukungan terhadap kreator konten dan memberikan solusi yang memudahkan perjalanan mereka. Hal ini sesuai dengan kebutuhan pengguna yang teridentifikasi dalam skripsi, di mana influencer dan kreator konten membutuhkan platform yang dapat membantu mereka mengelola kinerja media sosial dan mengoptimalkan strategi konten mereka. Desain halaman ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk mendukung kesuksesan pengguna.

d. Navigasi yang Sederhana

Seperti pada halaman lainnya, menu navigasi utama di bagian atas halaman tetap terlihat jelas dengan pilihan seperti Features, Pricing, Demo, About. Ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berpindah ke halaman lain yang mereka butuhkan tanpa kesulitan, sesuai dengan prinsip UCD yang menekankan navigasi yang intuitif dan mudah digunakan.

5. Halaman Profile



Gambar 4. 12 Halaman Profile

Gambar ini memperlihatkan halaman dashboard dari platform Creatorku Digital Portofolio yang dirancang untuk memberikan akses cepat kepada pengguna terkait profil mereka dan informasi penting lainnya. Dashboard ini dirancang untuk menjadi pusat kontrol bagi pengguna dalam mengelola profil serta kinerja media sosial mereka. Berikut adalah penjelasan setiap elemen:

a. Profil Pengguna

Pada bagian tengah halaman, terdapat informasi profil pengguna seperti nama, foto profil, dan deskripsi singkat tentang diri mereka. Deskripsi ini memungkinkan pengguna untuk menampilkan informasi personal mereka, yang penting untuk personal branding, terutama bagi influencer. Desain ini memudahkan pengguna untuk memperbarui informasi profil mereka sesuai dengan identitas pribadi atau profesional mereka.

b. Tombol Navigasi Utama

Tepat di bawah profil, terdapat tiga tombol utama: General, Notifications, dan Feature. Tombol ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai fitur pengaturan, seperti memperbarui informasi dasar, mengatur notifikasi, dan menggunakan fitur-fitur lain yang ditawarkan oleh platform. Tombol ini memberikan kemudahan akses ke fungsi penting, sesuai dengan prinsip User Centered Design yang menekankan kemudahan navigasi dan aksesibilitas.

c. Informasi Kontak dan Detail Akun

Bagian bawah halaman memperlihatkan informasi kontak seperti email dan perusahaan yang terdaftar di akun pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa platform ini juga mendukung pengguna yang bekerja dalam lingkungan profesional atau tim. Data ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang dimasukkan pengguna selalu akurat dan dapat diperbarui dengan mudah.

d. Platform Terhubung

Di sisi bawah kiri, terdapat informasi mengenai platform media sosial yang terhubung, seperti YouTube dan Instagram. Pengguna dapat melihat secara langsung media sosial mana saja yang telah mereka integrasikan ke dalam Creatorku. Ini sangat relevan dengan hasil penelitian dalam skripsi, di mana pengguna menyebutkan pentingnya integrasi media sosial yang mudah dan dapat diakses dari satu dashboard.

e. Desain yang Bersih dan Minimalis

Desain halaman dashboard ini menggunakan pendekatan minimalis, dengan warna-warna lembut dan tata letak yang terorganisir. Sesuai dengan hasil observasi dalam skripsi, pengguna menginginkan tampilan yang tidak terlalu ramai dan memungkinkan mereka untuk fokus pada informasi utama tanpa gangguan. Elemen visual yang sederhana ini meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengelola akun dan memantau kinerja mereka.

d. Tahap Testing

Berikut adalah hasil dari pengujian (testing) yang terdiri dari usability testing, blackbox testing, dan prototype testing berdasarkan perancangan Creatorku Digital Portofolio sesuai dengan konteks skripsi tentang perancangan UI/UX menggunakan metode User Centered Design (UCD):

1. Hasil *Usability Testing*

Uji ini bertujuan untuk menilai sejauh mana pengguna dapat menggunakan platform Creatorku Digital Portofolio secara efektif dan efisien dalam skenario nyata, serta mengukur tingkat kepuasan pengguna. Pengujian dilakukan dengan melibatkan 5 partisipan yang merupakan target pengguna platform, yaitu influencer dan content creator. Setiap partisipan diminta untuk menyelesaikan serangkaian tugas di platform, seperti:

a. Mendaftar dan membuat profil.
b. Menghubungkan akun media sosial (Instagram, YouTube).
c. Menggunakan dashboard untuk melihat analitik performa konten.
d. Memilih dan mendaftar paket berlangganan.
e. Mengekspor laporan analitik dalam format PDF.

Hasil dari pengujian ini bisa dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Usability Tasting

Test Case	Hasil	Waktu	Feedback	Kesimpulan
Mendaftar dan Membuat Profil	5 dari 5 partisipan berhasil menyelesaikan proses pendaftaran dalam waktu kurang dari 3 menit.	2 menit 30 detik.	Prosesnya mudah, tidak ada bagian yang membingungkan.	Fitur pendaftaran dan pembuatan profil mudah digunakan dengan instruksi yang jelas.
Menghubungkan Akun Media Sosial (Instagram & YouTube)	4 dari 5 partisipan berhasil menghubungkan akun Instagram dan YouTube dalam waktu yang wajar. 1 partisipan kesulitan menemukan tombol koneksi media sosial.	2 menit.	Tombol untuk menghubungkan akun sedikit kurang terlihat, mungkin bisa lebih menonjol.	Perlu penyesuaian dalam penempatan tombol agar lebih mudah diakses.
Melihat Analitik Performa Konten di Dashboard	Semua partisipan (5/5) dapat dengan mudah melihat dan memahami analitik konten merek di dashboard.	1 menit 45 detik untuk memahami metrik utama.	Semua data penting terlihat jelas, dan saya bisa langsung memahami performa konten saya	Dashboard analitik efektif dan mudah digunakan, sesuai dengan harapan pengguna.
Memilih dan Mendaftar Paket Berlangganan	4 dari 5 partisipan berhasil menyelesaikan proses pendaftaran paket berlangganan. 1 partisipan merasa paket berlangganan	3 menit.	Perbandingan antar paket bisa lebih jelas, mungkin dengan tabel atau grafik perbandingan fitur.	Perlu adanya perbandingan visual antar Paket untuk membantu pengguna membuat

	perlu lebih Dijelaskan secara visual.			keputusan.
Mengekspor Laporan Analitik	5 dari 5 partisipan berhasil mengekspor laporan analitik konten dalam format PDF tanpa masalah.	1 menit.	Mudah dan langsung, laporan tampil rapi dan sesuai dengan data di dashboard.	Fitur ekspor laporan berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna.

2. Black-box Testing

Blackbox testing dilakukan untuk memverifikasi bahwa setiap fitur pada platform Creatorku Digital Portofolio berfungsi sesuai dengan yang diharapkan tanpa melihat kode internal. Fokus utama adalah menguji fungsionalitas dari perspektif pengguna, mengidentifikasi bug atau masalah operasional, serta memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan input yang diberikan. Pengujian dilakukan pada fitur-fitur utama platform:

a. Pendaftaran dan login.
b. Penghubungan akun media sosial (Instagram dan YouTube).
c. Dashboard analitik.
d. Pendaftaran paket berlangganan.
e. Ekspor laporan analitik.

Setiap pengujian mencakup pengamatan pada input, proses, dan hasil/output tanpa melihat kode sumber. Hasil pengujian pada blackbox-testing terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 3 Black Box Testing

Test Case	**Langkah**	**Input**	**Proses**	**Output yang Diharapkan**	**Hasil**
Pendaftaran dan Login	Pengguna mendaftar akun baru dengan mengisi form registrasi (nama, email, kata sandi) dan kemudian mencoba login.	Nama, email, kata sandi.	Sistem memproses pendaftaran dan mengirimkan email verifikasi (jika diaktifkan).	Pengguna menerima notifikasi sukses, berhasil login, dan dapat mengakses dashboard.	Berhasil
Penghubungan Akun Media Sosial (Instagram dan YouTube)	Pengguna menghubungkan akun Instagram dan YouTube mereka melalui dashboard.	Otorisasi akun Instagram dan YouTube.	Sistem meminta izin melalui API dari platform media sosial terkait.	Akun media sosial terhubung dengan sukses, dan data analitik muncul di dashboard.	Berhasil

Test Case	Langkah	Input	Proses	Output yang Diharapkan	Hasil
Dashboard Analitik	Pengguna mengakses dashboard dan melihat data analitik dari akun media sosial yang terhubung.	Data dari Instagram dan YouTube (jumlah pengikut, engagement, likes, comments).	Sistem menampilkan metrik analitik dari media sosial yang terhubung.	Metrik analitik tampil dengan benar sesuai data yang diterima dari API media sosial.	Berhasil
Pendaftaran Paket Berlangganan	Pengguna memilih paket berlangganan dan menyelesaikan proses pembayaran.	Pilihan paket (Free, Premium, atau Exclusive) dan detail pembayaran.	Sistem mengarahkan pengguna ke halaman pembayaran dan memproses transaksi.	Pengguna berhasil memilih paket dan mendapatkan akses fitur yang sesuai.	Berhasil
Ekspor Laporan Analitik	Pengguna mengekspor laporan performa konten dari dashboard dalam format PDF.	Permintaan ekspor laporan.	Sistem memproses permintaan dan menghasilkan laporan PDF yang dapat diunduh.	Laporan PDF terunduh dengan data yang sesuai dari dashboard.	Berhasil

3. Prototype Testing

Pengujian prototipe dilakukan untuk mengukur apakah desain antarmuka dan fitur pada Creatorku Digital Portofolio sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan

memberikan pengalaman yang optimal. Pengujian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi masalah potensial dalam navigasi, desain, dan penggunaan fitur utama sebelum implementasi penuh. Pengujian dilakukan menggunakan prototipe interaktif dari platform. 5 partisipan yang merupakan target pengguna (influencer) diminta untuk berinteraksi dengan prototipe dan menyelesaikan serangkaian skenario:

a. Melakukan pendaftaran dan membuat profil.
b. Menghubungkan akun media sosial (Instagram dan YouTube).
c. Menggunakan dashboard untuk melihat analitik konten.
d. Memilih paket berlangganan.
e. Mengekspor laporan performa.

Setiap partisipan diminta untuk memberikan umpan balik tentang desain visual, navigasi, dan kegunaan platform. Hasil dari pengujian ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4 Protoype Tasting

Test Case	Hasil	Feedback	Kesimpulan
Mendaftar dan Membuat Profil	5 dari 5 partisipan berhasil menyelesaikan pendaftaran dan membuat profil dalam waktu kurang dari 3 menit.	Prosesnya sangat intuitif, tidak ada langkah yang membingungkan.	Desain form pendaftaran dan navigasi pembuatan profil sudah berjalan dengan baik dan mudah dimengerti oleh pengguna.
Menghubungkan Akun Media Sosial (Instagram dan YouTube)	4 dari 5 partisipan berhasil menghubungkan akun media sosial dalam waktu yang cepat. 1 partisipan	Mungkin tombol untuk menghubungkan akun bisa lebih besar atau lebih menonjol.	Tombol "connect" untuk menghubungkan akun media sosial perlu diperjelas atau diperbesar agar lebih mudah ditemukan.

Test Case	Hasil	Feedback	Kesimpulan
	membutuhkan waktu lebih lama untuk menemukan tombol "connect".		
Melihat Analitik di Dashboard	Semua partisipan dapat dengan mudah mengakses dan memahami data analitik konten dari dashboard.	Dashboardnya sangat membantu. Semua data yang saya butuhkan ditampilkan dengan rapi dan mudah dibaca.	Dashboard analitik berhasil memberikan data yang mudah dipahami dan relevan bagi influencer, dengan metrik yang jelas ditampilkan.
Memilih Paket Berlangganan	4 dari 5 partisipan merasa mudah dalam memilih paket berlangganan, namun satu partisipan merasa bahwa perbandingan antar paket tidak cukup jelas.	Perbandingan antar paket berlangganan bisa lebih visual, seperti menggunakan tabel perbandingan.	Perlu menambahkan tabel perbandingan visual untuk memudahkan pengguna memahami perbedaan fitur antar paket berlangganan.

Test Case	Hasil	Feedback	Kesimpulan
Mengekspor Laporan Performa	5 dari 5 partisipan berhasil mengekspor laporan performa dengan lancar dan merasa bahwa laporan tersebut berguna.	Laporan yang dihasilkan sangat detail dan sesuai dengan kebutuhan saya.	Fitur ekspor laporan sudah berjalan dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna.

4.2. PEMBAHASAN

a. Design

Pada tahap design, desain awal Creatorku dibuat dengan melibatkan pengguna untuk memberikan masukan langsung dalam proses desain. Hasil dari tahap ini adalah sketsa dan wireframe yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi sebelumnya. Berikut adalah pembahasan dari beberapa desain yang telah dibuat berdasarkan analisis kebutuhan.

Pada halaman Home Page, tampilan dirancang untuk membantu influencer mengelola kinerja media sosial mereka. Beberapa elemen penting dalam desain ini meliputi tagline "Enhance Your Content Creation Journey with Creatorku" yang menekankan fungsi utama platform, tombol "Start your trial" sebagai ajakan mendaftar, dan ikon media sosial yang menunjukkan integrasi lintas platform. Fitur lain yang ditampilkan adalah "Accurate Analytics" dan "Export your digital resume based on your analytics performance," yang sesuai dengan kebutuhan pengguna akan analisis kinerja dan pelaporan konten. Navigasi yang sederhana dan desain visual yang minimalis namun modern juga menjadi bagian dari elemen desain ini.

Selanjutnya, pada Pricing Page, halaman ini menampilkan tiga paket berlangganan yaitu Free, Premium, dan Exclusive, masing-masing dilengkapi dengan deskripsi fitur. Desain ini mengikuti prinsip User-Centered Design (UCD) dengan memberikan pengguna kemampuan untuk memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Setiap paket dilengkapi tombol

Call-to-Action yang memudahkan pendaftaran, serta deskripsi fitur yang jelas untuk membantu pengguna membandingkan dan memilih layanan.

Untuk halaman Demo Page, desain ini menampilkan profil influencer yang berisi informasi personal serta analisis kinerja media sosial, khususnya Instagram. Elemen-elemen seperti informasi profil influencer, analisis kinerja Instagram, visualisasi data dengan grafik, dan navigasi sederhana, membantu pengguna memahami performa konten mereka. Halaman ini juga mendukung personalisasi yang mendalam sesuai dengan kebutuhan pengguna untuk menampilkan identitas mereka secara efektif.

Pada About Page, halaman ini memberikan informasi mengenai perusahaan di balik platform Creatorku Digital Portofolio. Desain ini mencakup deskripsi singkat tentang perusahaan, gambar visual yang mewakili misi global platform, dan fokus pada dukungan terhadap kreator konten. Ini dirancang untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas antara pengguna dan platform.

Terakhir, Profile Page menampilkan halaman dashboard yang menjadi pusat kontrol bagi pengguna dalam mengelola profil serta kinerja media sosial mereka. Elemen-elemen seperti informasi profil pengguna, tombol navigasi utama, informasi kontak dan detail akun, serta platform media sosial yang terhubung, memungkinkan pengguna untuk memperbarui profil dan mengakses fitur dengan mudah. Semua elemen ini dirancang untuk memastikan kemudahan navigasi dan aksesibilitas sesuai dengan prinsip UCD.

b. Testing

Tahap pengujian dalam perancangan Creatorku Digital Portofolio terdiri dari tiga metode utama yaitu usability testing, black-box testing, dan prototype testing. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa platform memenuhi kebutuhan pengguna dan berjalan sesuai harapan berdasarkan pendekatan User Centered Design (UCD).

1. *Usability Testing*

   Pengujian ini dilakukan dengan melibatkan 5 partisipan yang merupakan target pengguna, yaitu influencer dan content creator. Para partisipan diminta menyelesaikan berbagai tugas seperti mendaftar dan membuat profil, menghubungkan akun media sosial, menggunakan dashboard untuk melihat analitik performa konten, memilih paket berlangganan, dan mengekspor laporan analitik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa proses pendaftaran dan pembuatan profil

berlangsung mudah dan cepat dengan semua partisipan berhasil menyelesaikannya dalam waktu kurang dari 3 menit. Namun, ada beberapa temuan, seperti tombol penghubung akun media sosial yang kurang terlihat sehingga perlu diperbaiki. Analisis performa di dashboard berjalan baik dengan semua partisipan dapat memahami metrik dengan jelas. Selain itu, fitur ekspor laporan bekerja dengan baik sesuai kebutuhan pengguna, tetapi diperlukan perbandingan visual yang lebih jelas untuk paket berlangganan agar memudahkan pengguna dalam memilih.

2. *Black-box Testing*

   Black-box testing dilakukan untuk memverifikasi fungsi dari platform tanpa melihat kode internal. Fokusnya adalah memastikan bahwa fitur utama seperti pendaftaran dan login, penghubungan akun media sosial, dashboard analitik, pendaftaran paket berlangganan, dan ekspor laporan analitik berjalan sesuai harapan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik dan menghasilkan keluaran yang sesuai dengan input yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa platform telah memenuhi fungsionalitas yang diharapkan oleh pengguna.

3. *Prototype Testing*

   Prototype testing dilakukan untuk mengukur apakah desain antarmuka dan fitur sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengujian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi masalah potensial dalam navigasi dan penggunaan fitur utama sebelum implementasi penuh. Pengujian melibatkan 5 partisipan yang diminta menyelesaikan skenario seperti pendaftaran, penghubungan akun media sosial, penggunaan dashboard, memilih paket berlangganan, dan mengekspor laporan performa. Hasilnya, para partisipan menyatakan bahwa desain pendaftaran dan navigasi sudah intuitif, namun tombol "connect" untuk akun media sosial perlu lebih menonjol. Fitur dashboard dinilai mudah dipahami dan relevan, sedangkan perbandingan antar paket berlangganan sebaiknya lebih visual untuk memudahkan pemilihan. Secara keseluruhan, fitur ekspor laporan dinilai sudah berjalan dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna.

Dengan hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa platform Creatorku Digital Portofolio berhasil memberikan pengalaman pengguna yang efektif dan efisien, meskipun ada beberapa area yang memerlukan penyesuaian untuk meningkatkan kemudahan akses dan pemahaman pengguna.

a. Penerapan metode User Centered Design (UCD)

Penerapan metode User Centered Design (UCD) dalam perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio bertujuan untuk memastikan bahwa platform ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan para pengguna utamanya, yaitu influencer dan content creator. Melalui pendekatan UCD, setiap tahap perancangan dan pengembangan platform berfokus pada pengalaman dan kenyamanan pengguna, dengan melibatkan mereka secara langsung dalam proses pengujian dan evaluasi.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa metode UCD mampu menghasilkan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, seperti terlihat dari hasil usability testing yang menunjukkan bahwa pengguna dapat dengan mudah mendaftar, menghubungkan akun media sosial, dan memahami analitik performa konten. Selain itu, pengujian black-box dan prototype testing menegaskan bahwa fitur-fitur utama platform berfungsi dengan baik dan sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Secara keseluruhan, penerapan UCD dalam perancangan UI/UX pada Creatorku Digital Portofolio berhasil menciptakan platform yang tidak hanya efektif dalam pengelolaan kinerja media sosial tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang positif dan efisien. Hal ini membuktikan bahwa metode UCD sangat efektif dalam merancang solusi digital yang benar- benar berpusat pada kebutuhan pengguna, sehingga dapat membantu influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka dengan lebih optimal.

.

BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penerapan metode User Centered Design (UCD) dalam perancangan UI/UX Creatorku Digital Portofolio telah berhasil menciptakan platform yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna, yaitu influencer dan content creator. Hasil pengujian menunjukkan bahwa antarmuka platform mudah digunakan, fitur-fitur utamanya berfungsi dengan baik, dan desain yang dihasilkan efektif dalam mendukung pengelolaan kinerja media sosial. Usability testing, black-box testing, dan prototype testing menunjukkan bahwa platform ini memberikan pengalaman pengguna yang positif dan efisien. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan UCD sangat efektif dalam merancang solusi digital yang berfokus pada kebutuhan pengguna

5.2. Saran

a. Penyesuaian Tombol dan Navigasi

Berdasarkan hasil pengujian, tombol "connect" untuk menghubungkan akun media sosial perlu diperjelas atau diperbesar agar lebih mudah ditemukan oleh pengguna. Hal ini dapat meningkatkan kemudahan penggunaan dan aksesibilitas

b. Visualisasi Paket Berlangganan

Disarankan untuk menambahkan perbandingan visual antar paket berlangganan, seperti menggunakan tabel perbandingan fitur, untuk memudahkan pengguna dalam memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka

c. Peningkatan Fitur Analitik

Meskipun fitur analitik telah dinilai efektif, pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan visualisasi data yang lebih mendalam dan interaktif, sehingga pengguna dapat memahami performa konten mereka dengan lebih baik.

d. Pengembangan Fitur Personalisasi

Memperkuat fitur personalisasi profil akan meningkatkan personal branding pengguna. Menambahkan lebih banyak opsi untuk mengedit dan menyesuaikan profil dapat membantu pengguna menampilkan citra mereka secara lebih efektif.

e. Penyediaan Panduan dan Tutorial

Untuk pengguna baru, disarankan menyediakan panduan atau tutorial singkat tentang cara menggunakan fitur-fitur utama platform. Ini akan membantu pengguna memahami dan memanfaatkan platform secara maksimal sejak pertama kali menggunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Chatib, M. H. F., Tolle, H., & Fanani, L. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Fitur Asuransi Jago Last Wish menggunakan Pendekatan Design Thinking (Studi Kasus Magang di PT. Impact Byte Teknologi Edukasi Challenge Partner Bank Jago). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *6*(7), 3541–3550.

Dumalang, J. M., Montolalu, C. E. J., & Lapihu, D. (2023). Perancangan UI/UX aplikasi penjualan makanan berbasis mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, 2(2), 41–52. https://doi.org/10.58602/jima-ilkom.v2i2.19.

Dumalang, J. M., Montolalu, C. E. J. ., & Lapihu, D. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Makanan berbasis Mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, *2*(2), 41–52. https://doi.org/10.58602/jima-ilkom.v2i2.19

Faisal, M., Muda, M. A., Septiana, T., & Komarudin, M. (2023). Perancangan Ui/Ux Menggunakan Metode User Centered Design Berbasis Web Pada Perhitungan Luasan Kumuh Balai Prasarana Permukiman Wilayah Lampung. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, *11*(2), 176–187. https://doi.org/10.23960/jitet.v11i2.2921

Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi \ public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.

Haidar Luthfi, A., & Arfiani, I. (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Sampahocity Menggunakan Pendekatan UCD (User Centered Design). *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, *7*(1), 24–36. https://doi.org/10.55338/jikomsi.v7i1.2175

Hikmah Alim, R., Komarudin, O., & Carudin, C. (2024). Perancangan Desain Ui/Ux Pada Website Sman 5 Karawang Dengan Metode User Centered Design. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, *7*(5), 3274–3280. https://doi.org/10.36040/jati.v7i5.7319

Interaction Design Foundation. (2022). User-centered design. *Interaction Design Foundation*. https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design. Diakses pada 11 Juni 2022.

M Arkoun Rifki I. (2023). Perancangan aplikasi menghafal Al-Qur'an berbasis mobile menggunakan metode Lean UX. *Skripsi*. Universitas Teknologi Indonesia.

Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh penggunaan influencer Instagram terhadap citra merk dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan. *PJEB: Perwira Journal of Economics and Business*, 1(1), 1–15.

Mubiarto, D. S., Isnanto, R. R., & Windasari, I. P. (2023). Perancangan User Interface dan User Experience (UI/UX) pada Aplikasi "BCA Mobile" Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *Jurnal Teknik Komputer*, *1*(4), 209–216. https://doi.org/10.14710/jtk.v1i4.37686

Natasha Azzahra Aprillia, Hengky Anra, & Khairul Hafidh. (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Manajemen Penyewaan Fasilitas Olahraga Di Kota Pontianak Dengan Metode User Centered Design. *Indonesian Journal of Education And Computer Science*, *2*(1), 1–13. https://doi.org/10.60076/indotech.v2i1.390

Nugroho, D. P., & Sari, R. (2023). Analisis UI/UX menggunakan Metode User Centered-Design Pada Aplikasi TSP Mobile. *Jurnal Infortech*, *5*(2), 161–167. https://doi.org/10.31294/infortech.v5i2.17722

Posibel.co. (2024). Social media management: Strategi efektif mengelola media sosial. *Posibel.co*. *https://posibel.co/2024/05/15/social-media-management-strategi- efektif mengelola-media-sosial/.* Diakses pada 11 Juni 2024.

Pramesti, A. G., Adrian, Q. J., & Fernando, Y. (2022). Perancangan UI/UX pada aplikasi pemesanan buket menggunakan metode User Centered Design. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(2), 179–184 https://doi.org/10.33365/jatika.v3i2.2025.

Pramesti, A. G., Adrian, Q. J., & Fernando, Y. (2022). Perancangan Ui/Ux Pada Aplikasi Pemesanan Buket Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus: Bouquet Lampung). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, *3*(2), 179–184. https://doi.org/10.33365/jatika.v3i2.2025

Puspita Hannah, M., & Nur Kholiza, R. (2024). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Perancangan UI/UX Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Menggunakan Metode User Centered Design. *Media Online*, *4*(4), 2342–2356. https://doi.org/10.30865/klik.v4i4.1722

R I, S. R., & Saputra, S. A. (2023). Perancangan Ui/Ux Design Pada Aplikasi Jasa Freelancer Berbasis Android Menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal Ilmiah Matrik*, *25*(1), 7–14. https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v25i1.2279

Rizkina, R. (2023). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode UCD Pada Website PMKS Pendataan Anak Yatim Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah IKIP Mataram* |, *10*(1), 33–40. https://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jiim

Setiadi, A. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan UI/UX menggunakan pendekatan HCD (Human-Centered Design) pada website Thriftdoor. *Automata: Jurnal Teknologi dan Informatika*, 1(2), 228–233.

Sis BINUS. (2019). User-centered design. *Sistem Informasi BINUS*. https://sis.binus.ac.id/2019/05/31/user-centered-design/. Diakses pada 11 Juni 2024.

Setiadi, A. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan UI/UX menggunakan pendekatan HCD (Human-Centered design) pada website Thriftdoor. *Automata*, *1*(2), 228–233.

Wardah Meliana Sihab, Hesti Lestari, D. R. (2019). Inovasi Pelayanan “Lek Paijo” di Bapenda Kota Semarang. *Jurnal Departemen Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponego*, *86*(5), 1–19.

Yanutiar, Y. T., & Prabowo, D. A. (2024). Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Mobile Antrean Online Menggunakan Metode UCD (Studi Kasus: BAPENDA Kabupaten Pemalang). *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, *8*(1), 12. https://doi.org/10.26798/jiko.v8i1.954

LAMPIRAN