

# Perancangan Antarmuka Pengguna untuk Kreator dalam Platform Donasi Konten Kreator

## *User Interface Design for Creators in Creator Content Donation Platforms*

M. Akbar Rezkila Kohar<sup>1)</sup>, Ahmad Syazili<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Teknik Informatika, Sains Teknologi, Universitas Bina Darma

Jl. Jenderal A.Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1, Palembang, Sumatera Selatan

Telp : (30111) 081273831882

E-mail : akbaarrezkila@gmail.com<sup>1)</sup>, syazili@binadarma.ac.id<sup>2)</sup>

### **Abstract**

*The development of the internet has brought significant changes to the world of work, especially for content creators who use digital platforms to share their work. However, many content creators face financial challenges due to the difficulty of monetizing their content effectively, despite having a large following. This research aims to design a FanFunds application, which allows fans to provide direct financial support to content creators. It is hoped that the design of this application can provide a solution for creators to reduce dependence on advertising revenue and unstable brand collaborations. The results of this research will be the basis for developing mobile applications that help content creators achieve financial stability and continue producing quality content.*

*Keywords: Donation, User Interface, User Experience, Application, Content Creator*

### **Abstrak**

Perkembangan internet telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pekerjaan, terutama bagi konten kreator yang memanfaatkan platform digital untuk berbagi karya mereka. Namun, banyak konten kreator menghadapi tantangan keuangan karena sulitnya memonetisasi konten secara efektif, meskipun memiliki banyak pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi FanFunds, yang memungkinkan penggemar memberikan dukungan finansial langsung kepada konten kreator. Perancangan aplikasi ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi kreator untuk mengurangi ketergantungan pada pendapatan iklan dan kerjasama merek yang tidak stabil. Hasil dari penelitian ini akan menjadi dasar pengembangan aplikasi mobile yang membantu konten kreator mencapai stabilitas finansial dan terus menghasilkan konten berkualitas.

Kata kunci: Donasi, User Interface, User Experience, Aplikasi, Konten Kreator

## **1. Pendahuluan**

Di era digital yang terus berkembang, internet telah membawa banyak perubahan dalam dunia pekerjaan, termasuk di bidang kreatif seperti konten kreator. Konten kreator adalah individu yang berkontribusi dalam menyediakan informasi dan hiburan melalui berbagai media digital, seperti YouTube, vlog, streaming langsung, penulisan konten, cosplay, dan lainnya[1]. Namun, banyak konten kreator yang menghadapi tantangan keuangan dalam proses pembuatan konten mereka. Menurut Miftah dari Trakteer.id, meskipun banyak kreator memiliki penggemar dan pengikut yang signifikan, mereka sering kali kesulitan memonetisasi karya mereka secara efektif. Pendapatan utama kreator biasanya berasal dari iklan atau kolaborasi dengan merek, yang tidak selalu stabil dan sangat bergantung pada faktor eksternal.

Untuk mengatasi tantangan ini, penulis merancang sebuah rancangan aplikasi bernama FanFunds, yang bertujuan untuk menghubungkan penggemar dengan

konten kreator favorit mereka, memungkinkan penggemar memberikan dukungan finansial secara langsung. Dengan dukungan ini, diharapkan para kreator dapat terus menghasilkan konten berkualitas tanpa sepenuhnya bergantung pada pendapatan dari iklan atau kerjasama merek. Aplikasi ini dirancang untuk menjadi solusi alternatif yang dapat membantu konten kreator mencapai stabilitas finansial dalam karier mereka.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Donasi**

Donasi adalah sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan. Donasi atau sumbangan pada umumnya adalah pemberian yang dilakukan secara sukarela tanpa mengharapkan hasil yang menguntungkan[2]. Donasi ini biasanya dilakukan secara fisik dan dapat dilakukan oleh individu maupun badan hukum. Donasi dapat berupa barang atau jasa, seperti pakaian, makanan, barang, atau uang. Donasi

juga dapat berupa bantuan kemanusiaan saat terjadinya bencana, seperti donor darah atau transfusi darah.

## 2.2 User Interface

*User Interface (UI)* adalah elemen visual yang menjadi perantara antara pengguna dan sistem. Elemen *UI* mencakup desain grafis, ikon, tombol, menu, dan tata letak halaman. Tujuan utama *UI* adalah menciptakan desain yang menarik dan fungsional agar pengguna dapat dengan mudah memahami dan menggunakan aplikasi atau situs *web*[3].

## 2.3 User Experience

*User Experience (UX)* mencakup semua aspek pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan. Fokus utama *UX* adalah kepuasan pengguna, kemudahan penggunaan, dan seberapa baik suatu produk memenuhi kebutuhan pengguna[4].

## 2.4 Aplikasi

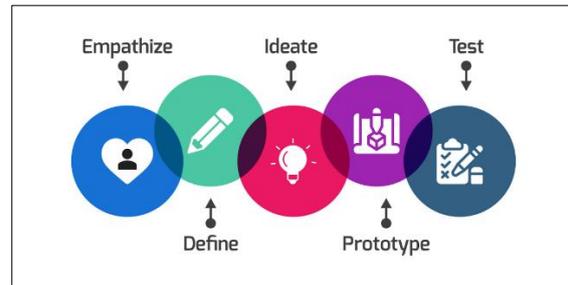
Aplikasi adalah sekumpulan perintah atau kode yang disusun secara sistematis untuk menjalankan suatu perintah yang diberikan oleh manusia melalui komponen atau *hardware* komputer yang digunakan oleh manusia dalam menjalankan program aplikasi. Dengan demikian, aplikasi dapat membantu manusia dalam menyelesaikan masalah yang ingin diselesaikan[5].

## 2.5 Design Thinking

*Design Thinking* adalah pendekatan pemecahan masalah yang berpusat pada manusia (*human-centered*), berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, menciptakan ide inovatif, dan menghasilkan solusi yang efektif. Pendekatan ini berakar dari cara kerja desainer dalam memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah dengan tujuan untuk mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat[6].

## 3. Metodologi Penelitian

Pada bagian ini, akan diuraikan metode penelitian yang digunakan dalam rancangan proyek ini, dengan fokus utama pada penerapan metode *Design Thinking*.



Gambar 1. *Design Thinking*

### 3.1 Emphatize

Pada tahap ini, tujuan utama adalah memahami sepenuhnya kebutuhan, keinginan, dan masalah pengguna melalui observasi, interaksi, dan wawancara. Ini adalah dasar untuk memastikan bahwa semua keputusan desain selanjutnya berpusat pada pengguna[6].

### 3.2 Define

Setelah memahami pengguna, langkah berikutnya adalah menyusun *problem statement* atau definisi masalah yang jelas dan terfokus. Ini membantu tim untuk tetap terarah dalam mengembangkan solusi[7].

### 3.3 Ideate

Pada tahap ini, tim brainstorming berbagai ide untuk solusi potensial. Proses ini mendorong pemikiran out-of-the-box dan eksplorasi banyak kemungkinan sebelum memilih beberapa solusi yang paling menjanjikan[8].

### 3.4 Prototype

*Prototype* adalah representasi sederhana dari solusi yang diusulkan. Ini bisa berupa sketsa, model, atau versi digital yang lebih canggih. Tujuannya adalah untuk menguji ide-ide ini dalam lingkungan nyata[9].

### 3.5 Test

*Prototype* diuji dengan pengguna akhir untuk mendapatkan umpan balik. Hasil pengujian digunakan untuk memperbaiki atau memodifikasi solusi sebelum peluncuran akhir. Iterasi dapat terjadi berkali-kali hingga solusi memenuhi kebutuhan pengguna dengan efektif[10].

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Empathize

Pada tahapan awal perancangan, penulis melakukan *user research* dengan menerapkan metode wawancara untuk mendapatkan pemahaman pengguna yang dibutuhkan dalam perancangan[9]. Pada tahap ini perancang melakukan wawancara dengan seorang yang seorang

cosplayer yang aktif membuat konten di tiktok dan Instagram.

Tabel 1. Informasi Responden

No.	Keterangan	Jawaban
1	Nama Lengkap	Nadia Zalfa Khairani
2	Nama Panggilan	Nadia
3	Domisili	Tangerang Selatan, Banten

Tabel 2. Pertanyaan Dan Jawaban

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pengalaman Anda sebagai konten kreator cosplayer di platform seperti TikTok dan Instagram?	Sebagai cosplayer, platform seperti TikTok dan Instagram sangat membantu saya dalam mempromosikan karya saya. TikTok memungkinkan saya untuk menunjukkan transformasi cosplay dalam format video pendek yang menarik, sementara Instagram memberikan ruang untuk berbagi foto-foto detail dari kostum saya. Keduanya adalah media yang sangat visual dan cocok untuk jenis konten yang saya buat.
2	Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat membuat dan mengunggah konten cosplay?	Tantangan terbesar adalah waktu dan biaya. Membuat kostum cosplay yang berkualitas membutuhkan banyak waktu dan dana, belum lagi proses editing video atau foto yang juga memakan waktu. Selain itu, algoritma media sosial sering berubah, dan sulit untuk memastikan konten saya mencapai audiens yang luas.
3	Bagaimana Anda berinteraksi	Saya berusaha untuk selalu membalas komentar dan pesan

dengan pengikut Anda di media sosial? langsung dari pengikut saya. Saya juga sering mengadakan sesi live untuk berinteraksi lebih dekat dengan mereka, dan terkadang saya melakukan polling untuk menentukan karakter cosplay berikutnya, agar pengikut saya merasa lebih terlibat.

4	Apakah Anda pernah menerima dukungan finansial dari pengikut Anda? Jika ya, melalui platform apa?	Ya, saya pernah menerima dukungan dari pengikut melalui platform seperti Trakteer. Ini sangat membantu saya untuk membuat konten tanpa harus khawatir tentang biaya yang besar dari pembuatan kostum dan produksi konten.
5	Apa pendapat Anda tentang adanya aplikasi khusus untuk donasi kepada konten kreator seperti Anda?	Saya pikir itu ide yang sangat baik. Aplikasi khusus bisa lebih terorganisir dan memberikan lebih banyak opsi bagi kreator dan donatur. Misalnya, fitur seperti subscription untuk konten eksklusif atau leaderboard donatur bulanan dapat mendorong lebih banyak partisipasi dari pengikut dan membuat mereka merasa lebih dihargai.

Wawancara ini dilakukan dengan Nadia Zalfa Khairani, seorang konten kreator *cosplayer* dari Tangerang Selatan, Banten, yang aktif di *platform* TikTok dan Instagram. Nadia berbagi pengalaman bahwa kedua platform tersebut sangat membantu dalam mempromosikan karya *cosplaynya* melalui video pendek dan foto detail kostum. Tantangan utama yang dihadapinya adalah waktu dan biaya dalam pembuatan kostum serta perubahan algoritma media sosial yang mempengaruhi jangkauan kontennya.

#### 4.2 Define

Setelah mengetahui permasalahan dari beberapa sumber kami mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh para kreator.

### 1. Pain Point

*Pain Point* adalah langkah yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah atau tantangan yang dihadapi oleh pengguna [9], yang nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk mencari Solusi dalam menyelesaikan masalah tersebut. Berikut adalah daftar permasalahan yang disusun :



Gambar 2. *Paint Point*

### 2. How Might We

How might we (HMW) adalah metode yang digunakan untuk merubah permasalahan menjadi pertanyaan, dengan tujuan mengubah pola pikir perancang agar melihat bahwa setiap masalah memiliki potensi Solusi. HMW dibuat dengan menggunakan salah satu fitur dari Figma, yaitu Figjam. Berikut adalah beberapa pertanyaan HMW yang telah dibuat :



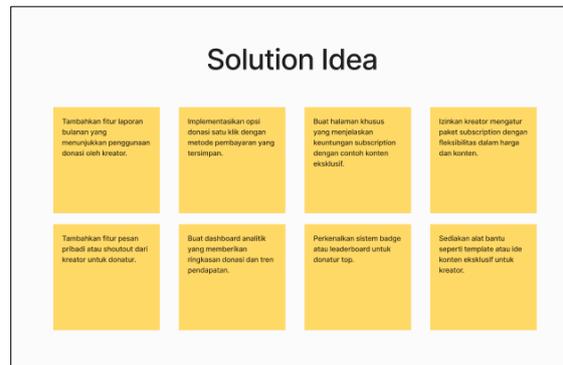
Gambar 3. *How Might We*

### 4.3 Ideate

Pada tahap ini, perancang akan menghasilkan ide untuk menjadi solusi permasalahan dengan melakukan proses brainstorming dan proses stakeholder[11].

### 1. Brainstorming

Dalam tahap ini, perancang akan berdiskusi mengenai cara mengatasi masalah yang ada, setelah melalui sesi brainstorming, perancang akan menghasikan ide-ide solusi berdasarkan proses HMW yang telah dilakukan sebelumnya.



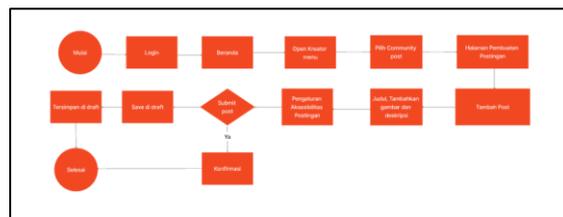
Gambar 4. *Solution Idea*

### 4.4 Prototype

Pada tahap ini perancang akan mengimplementasikan ide atau solusi yang sudah didapat dan dibuat kedalam sebuah purwarupa, kerangka minimum dan *design*.

### 1. Userflow

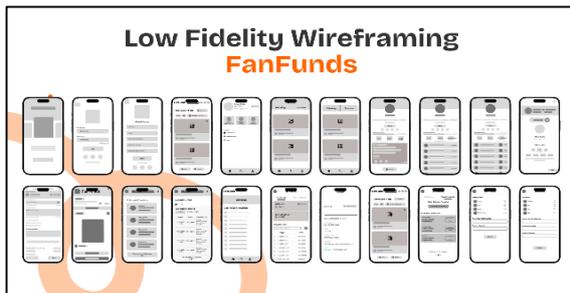
Sebelum memulai proses perancangan UI, penulis mengembangkan *Userflow*, yang merupakan sekuens tindakan yang harus diambil oleh pengguna aplikasi untuk menyelesaikan tugas tertentu. *Userflow* ini menggambarkan alur interaksi pengguna dengan sistem tersebut[12].



Gambar 5. *Userflow Kreator*

### 2. Wireframe

Setelah membuat UserFlow selanjutnya adalah membuat sebuah Wireframe, Wireframe merupakan sebuah kerangka yang digunakan untuk menata suatu item di laman aplikasi[10]. Pembuatan wireframe biasanya dilakukan sebelum pembuatan produk tersebut dilakukan.



Gambar 6. Wireframe



Gambar 8. Login, Register, Forget Password

### 3. UI Design

Pada tahap ini dijelaskan secara rinci mengenai desain aplikasi yang dirancang, termasuk deskripsi aplikasi, fitur-fitur utama, dan cara kerja aplikasi.

#### a. Splash Screen Dan Onboarding



Gambar 7. Splash Screen, Dan Onboarding

Pada tampilan awal, pengguna akan melihat logo FanFunds yang mencerminkan identitas dan visi aplikasi ini, melalui splash screen yang dirancang profesional dan menarik. Setelahnya, pengguna diarahkan ke onboarding screen yang memperkenalkan fitur utama FanFunds secara singkat dan jelas, membantu pengguna memahami penggunaan aplikasi.

Setiap layar onboarding menampilkan penjelasan singkat tentang manfaat utama, seperti mendukung kreator favorit melalui berbagai pembayaran, mendapatkan konten eksklusif, dan tetap terhubung dengan kreator. Desain onboarding menggunakan ikon dan ilustrasi menarik untuk memudahkan penerimaan informasi.

#### b. Login, Register, Forget Password

Setelah menyelesaikan *onboarding*, pengguna diarahkan ke halaman *login* FanFunds, dengan opsi masuk menggunakan email dan password atau akun sosial seperti Google. Halaman ini dirancang sederhana dan mudah digunakan, serta dilengkapi tombol "*Forgot Password*" untuk memulihkan akun. Pengguna yang memilih opsi ini akan diarahkan ke halaman pemulihan, memasukkan email untuk menerima kode autentikasi, lalu mengatur ulang *password*. Setelah *login* berhasil, pengguna akan masuk ke *dashboard* utama untuk mulai mendukung konten kreator favorit mereka.

#### c. Halaman Home, Search, Profile



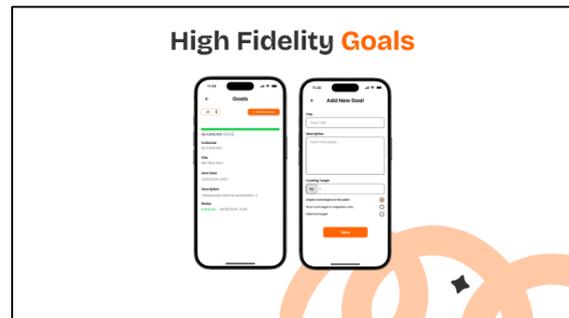
Gambar 9. Home, Search, Profile

Setelah login, pengguna diarahkan ke Dashboard Utama dengan akses donatur, yang memiliki tiga halaman utama yaitu *home*, *search*, dan *profile*. *Home page* menampilkan postingan dari kreator yang diikuti pengguna serta sub-halaman *discover* untuk menemukan kreator sesuai minat. Halaman *search* memungkinkan pengguna mencari dan memilih tema kreator untuk didukung. Di halaman *profile*, pengguna dapat melihat identitas mereka dan mengakses beberapa fitur lainnya.

#### d. Dashboard Kreator

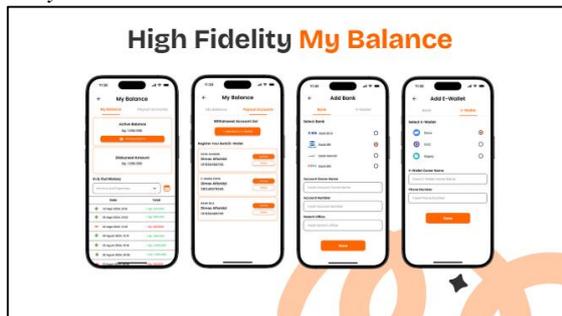


Gambar 10. Dashboard Kreator



Gambar 13. Goals

e. My Balance



Gambar 11. My Balance

Pada fitur ini pengguna bisa melihat daftar transaksi pada akunnya lalu pengguna bisa mencairkan dana yang sudah didapatkan dari para pendukungnya, lalu terdapat sub halaman “payout accounts” untuk mengatur akun bank atau e-wallet yang digunakan untuk mencairkan dana.

f. Post



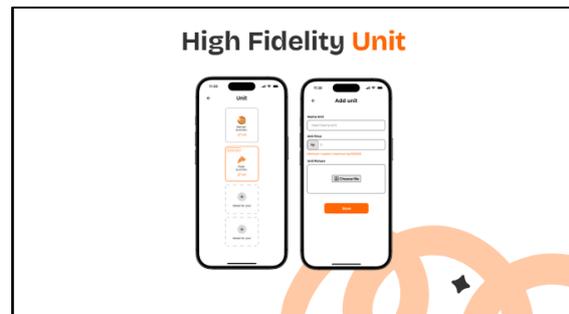
Gambar 12. Post

Pada fitur ini pengguna bisa melihat daftar postingan yang sudah di posting, lalu pengguna bisa menambahkan postingan, pengguna bisa menambahkan gambar, judul, dan deskripsi dari postingan tersebut lalu pengguna bisa mengatur visibilitas dari postingan tersebut.

g. Goals

Pada fitur ini pengguna bisa melihat *progress goals* yang sudah dibuat, terdapat juga persentase dari jumlah dana yang telah terkumpul beserta deskripsi dari *goals* tersebut. Pengguna juga bisa menambahkan *goals* yang baru dan mengatur judul, deskripsi dan jumlah dana yang ingin dikumpulkan.

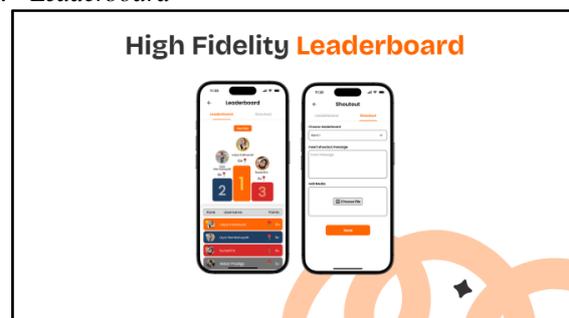
h. Unit



Gambar 14. Unit

Pada fitur ini pengguna bisa memilih unit donasi yang sudah ditambahkan ataupun menambahkan unit baru, pada proses penambahan unit pengguna bisa mengcustomisasi unit tersebut seperti nama unit, harga per unit, dan ikon untuk unit tersebut.

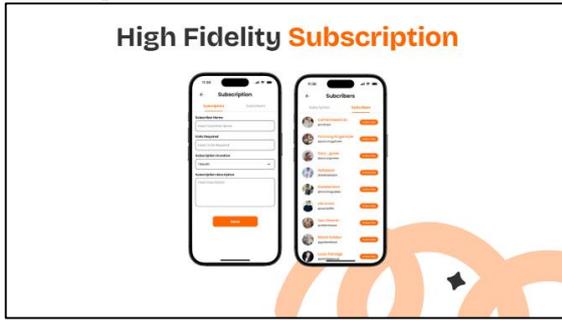
i. Leaderboard



Gambar 15. Leaderboard

Pada fitur ini pengguna bisa melihat daftar urutan para donatur yang diurutkan berdasarkan jumlah donasi perbulannya, pengguna juga bisa memberikan hadiah kepada ketiga *top* donatur teratas sebagai apresiasi, hadiah tersebut berupa gambar dan pesan ucapan.

j. Subscription



Gambar 16. Subscription

Pada bagian ini pengguna bisa mengatur deskripsi mengenai fitur subscription seperti nama komunitas pelanggan, jumlah unit yang dibutuhkan untuk melakukan langganan, durasi langganan, dan deskripsi langganan. Pengguna juga bisa melihat daftar para pelanggan yang sedang berlangganan.

4.5 Test

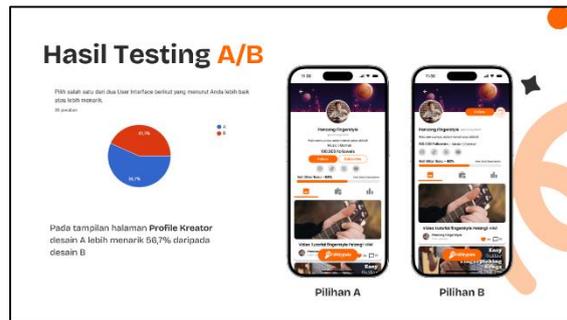
Dalam perancangan ini, penulis menggunakan *A/B testing* sebagai metode pengujian dalam fase *Test*. *A/B testing* membandingkan dua versi elemen dalam aplikasi, seperti desain tombol donasi atau tata letak halaman, untuk menentukan mana yang lebih efektif dalam meningkatkan interaksi dan konversi pengguna [13].

Dengan menerapkan *A/B testing*, penulis dapat membuat keputusan berbasis data untuk mengoptimalkan desain aplikasi sebelum peluncuran final, memastikan bahwa perubahan yang dilakukan benar-benar memberikan dampak positif bagi pengguna.



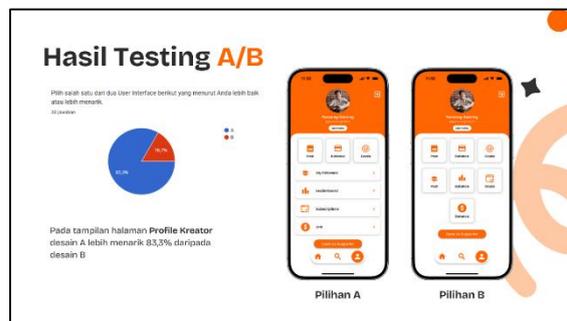
Gambar 17. Result A/B Testing

Dalam *A/B testing* kali ini melibatkan 30 responden dan rata-rata yang ingin menggunakan aplikasi ini di kisaran usia 20-21 tahun lalu pekerjaan peminat rata-rata adalah mahasiswa.



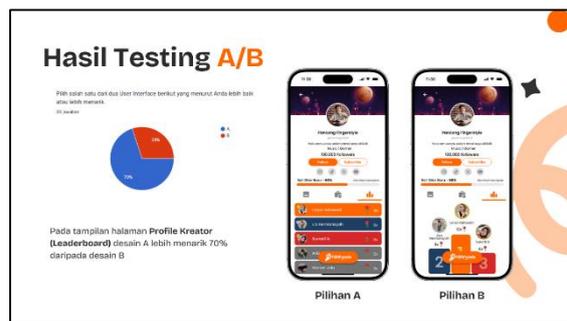
Gambar 18. Hasil Testing Profile Kreator

Pada pengujian pertama kami memilih halaman *dashboard* kreator dengan beberapa perbedaan tata letak dari elemen-elemen di bagian deskripsi *profile*, pada testing ini desain A lebih menarik 56,7% daripada desain B.



Gambar 19. Hasil Testing Profile

Pada pengujian kedua kami memilih halaman profile kreator dengan perbedaan tata letak beberapa tombol dan pada halaman ini desain A lebih menarik 83,3% daripada desain B.



Gambar 120. Hasil Testing Dashboard Kreator (Leaderboard)

Pada pengujian terakhir kami memilih halaman profile kreator di bagian *leaderboard* dan pada halaman ini desain A lebih menarik 70% daripada desain B.

5. Kesimpulan

5.1 Simpulan

Proyek perancangan UI/UX aplikasi donasi konten kreator "FanFunds" berhasil menciptakan desain yang

mendukung kebutuhan kreator untuk mendapatkan dukungan finansial dari pengikut mereka. Dengan pendekatan Design Thinking, rancangan ini menghadirkan fitur seperti subscription, leaderboard donatur bulanan, dan shoutout reward.

Proses desain yang melibatkan tahapan Empathize hingga Test menghasilkan pengalaman pengguna yang optimal. Hasil A/B testing menunjukkan desain A lebih menarik bagi mayoritas responden, dengan preferensi 56,7% pada dashboard kreator, 83,3% pada profil kreator, dan 70% pada bagian leaderboard, membuktikan konsistensi daya tarik desain A.

## 5.2 Saran

Mengenai pengembangan selanjutnya adalah melanjutkan perancangan ini menjadi aplikasi yang sepenuhnya siap digunakan. Setelah melalui tahap perancangan dan pengujian, hasil A/B testing menunjukkan preferensi pengguna terhadap desain tertentu, memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap pengembangan aplikasi. Langkah-langkah selanjutnya mencakup implementasi teknis dari desain yang telah dipilih, pengkodean fitur-fitur yang dirancang, serta integrasi dengan *backend* dan *database*.

Selain itu, evaluasi terus-menerus melalui *feedback* pengguna sangat penting untuk memastikan perangkat lunak tetap relevan dan bermanfaat. Pengujian lebih lanjut dengan kelompok pengguna yang lebih besar dan beragam juga akan membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan lebih lanjut. Dengan langkah-langkah ini, aplikasi diharapkan dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan mencapai tujuan yang diinginkan.

## Daftar Rujukan

- [1] D. J. Febiansah, S. Syueb, S. A. Sufa, and E. Ratnasari, "STUDI KASUS PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR PADA AKUN TWITTER @BROJABROOO," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Jun. 2020, [Online]. Available: <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana>
- [2] N. Fauziah, F. Darmawan, W. Gusdya, J. Setiabudhi no, and J. Barat, "Integrasi Payment Gateway Untuk Donasi Menggunakan Framework Flutter (Studi Kasus Donasi HMTIF UNPAS)," 2022. [Online]. Available: <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pasinformatik>
- [3] M. Anwar, A. Ratnasari, Y. Wicaksono, and R. Nur Rachman Dzakiyullah, "PENERAPAN METODE DESIGN THINKING DALAM PERANCANGAN USER INTERFACE (UI) DAN USER EXPERIENCE (UX) APLIKASI WAWANCARA DARING NARASOURCE," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 12, no. 3S1, Oct. 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i3S1.4922.
- [4] M. Reza, P. Korespondensi, D. Pasha, and Q. J. Adrian, "Perancangan User Experience Aplikasi Bus Antar Kota Menggunakan Metode Design Thinking," *Journal of Artificial Intelligence and Technology Information (JAITI)*, vol. 1, no. 3, 2023, doi: 10.58602/jaiti.v1i3.62.
- [5] Hengki Juliansa, Ahmadi, "Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai Media Promosi," *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau*, vol. 4, no. 2, pp. 73–79, Oct. 2022, doi: 10.52303/jb.v4i2.73.
- [6] H. Herfandi, Y. Yuliadi, M. T. A. Zaen, F. Hamdani, and A. M. Safira, "Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX," *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, vol. 4, no. 1, Jun. 2022, doi: 10.47065/bits.v4i1.1716.
- [7] M. F. Ardiansyah and P. Rosyani, "Perancangan UI/UX Aplikasi Pengolahan Limbah Anorganik Menggunakan Metode Design Thinking," *LOGIC: Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, no. 4, pp. 839–853, Jun. 2023, [Online]. Available: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic>
- [8] R. N. Fadilah and D. Sweetania, "PERANCANGAN DESIGN PROTOTYPE UI/UX APLIKASI RESERVASI RESTORAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," *JUIT*, vol. 2, no. 2, May 2023.
- [9] P. Dharmawan, N. Adha, and O. Saputri, "Perancangan User Interface dan User Experience Pada Website Employee Benefit PasarPolis Menggunakan Metode Design Thinking," *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, vol. 4, no. 2, pp. 757–769, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i2.1220.
- [10] V. K. Reynaldi and N. Setiyawati, "PERANCANGAN UI/UX FITUR MENTOR ON DEMAND MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA PLATFORM

- PENDIDIKAN TEKNOLOGI,” *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, pp. 835–849, Sep. 2022.
- [11] B. Kurniawan and M.Romzi, “PERANCANGAN UI/UX APLIKASI MANAJEMEN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MENGGUNAKAN APLIKASI FIGMA,” *JSIM: Jurnal Sistem Informasi Mahakarya*, vol. 05, no. 1, pp. 1–7, Jun. 2022.
- [12] M. F. Widiyantoro, N. Heryana, A. Voutama, and N. Sulistiyowati, “Perancangan UI / UX Aplikasi Toko Kue Dengan Metode Design Thinking,” *INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS*, vol. 7, no. 1, pp. 1–10, Dec. 2022.
- [13] R. B. Fahrezi, “Redesign UI/UX Website of Professional Certification Institute Using Design Thinking Method and Agile Framework REDESIGN UI/UX WEBSITE OF PROFESSIONAL CERTIFICATION INSTITUTE USING DESIGN THINKING METHOD AND AGILE FRAMEWORK,” *Journal of Universal Studies*, vol. 4, no. 12, pp. 11841–11855, 2024, [Online]. Available: <http://eduvest.greenvest.co.id>