

---

## PERANCANGAN UI/UX CREATORKU DENGAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)

**Zetram Adhitya Prinanda, Elyza Gustri Wahyuni**

Universitas Islam Indonesia, Indonesia

Email: 18523143@students.uii.ac.id

---

### Abstrak:

Penelitian ini berfokus pada pengembangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) untuk platform Portofolio Digital Creatorku yang memanfaatkan metodologi User-Centered Design (UCD). Alat ini berupaya membantu para influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka secara efektif dan berhasil. Metodologi UCD melibatkan pemahaman konteks, memastikan persyaratan pengguna, merancang solusi, dan menilai hasil. Metode pengumpulan data yang diterapkan meliputi wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka. Hasilnya menunjukkan bahwa para influencer memerlukan atribut seperti transparansi harga, pendaftaran uji coba yang mudah, manajemen konten lintas platform, kustomisasi profil, dan data kinerja waktu nyata. Kemanjuran platform dikonfirmasi melalui kegunaan, pengujian kotak hitam, dan pengujian prototipe. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa desain antarmuka memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik. Sebanyak 100% partisipan berhasil registrasi (rata-rata 2 menit 30 detik), 80% berhasil menghubungkan akun media sosial (2 menit), 100% memahami dashboard (1 menit 45 detik), dan seluruh partisipan berhasil ekspor laporan (1 menit). Teknik User Centered Design (UCD) telah menunjukkan kemanjuran dalam mengembangkan solusi digital yang berpusat pada pengguna. Platform ini diharapkan dapat meningkatkan kemanjuran dan produktivitas influencer dalam manajemen media sosial. Saran untuk penyempurnaan termasuk visualisasi langganan yang disempurnakan, navigasi yang lebih baik, dan fungsi panduan yang lebih luas. Temuan ini secara substansial memajukan penciptaan platform digital berorientasi UCD yang dirancang untuk para profesional di sektor kreatif.

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

### Abstract:

This research concentrates on developing a User Interface (UI) and User Experience (UX) for the Creatorku Digital Portfolio platform utilizing the User-Centered Design (UCD) methodology. The tool seeks to aid influencers in proficiently and successfully managing their social media performance. The UCD methodology involves comprehending the context, ascertaining user requirements, devising solutions, and assessing results. The applied data collection methods include of interviews, observations, and literature reviews. The results indicate that influencers necessitate attributes such price transparency, effortless trial registration, cross-platform content management, profile customization, and real-time performance data. The platform's efficacy was confirmed via usability, black-box, and prototype testing. The evaluation results showed that the interface design met user needs well. 100% of participants successfully registered (average 2 minutes 30 seconds), 80% successfully connected social media accounts (2 minutes), 100% understood the dashboard (1 minute 45 seconds), and all participants successfully exported reports (1 minute). The User-Centered Design (UCD) technique has demonstrated efficacy in developing user-centric digital solutions. This platform is anticipated to improve influencer efficacy and productivity in social media management. Suggestions for enhancements including enhanced subscription visualization, refined navigation, and

more extensive guidance functionalities. These findings substantially advance the creation of UCD-oriented digital platforms designed for professionals in creative sectors.

**Keywords:** User Interface (UI), User Experience (UX), User Centered Design (UCD), Influencer, Social Media

---

*Corresponding:* Zetram Adhitya Prinanda

E-mail: 18523143@students.uui.ac.id



## PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan mengelola informasi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, telah menghadirkan peluang baru di berbagai sektor, khususnya di bidang pemasaran dan manajemen konten. Media sosial telah menjadi salah satu produk teknologi yang mendominasi kehidupan sehari-hari, tidak hanya sebagai alat interaksi sosial tetapi juga sebagai platform strategis untuk membangun merek dan menciptakan nilai bisnis (Girsang, 2020). Melihat peluang ini, individu yang dikenal sebagai influencer memegang peranan penting dalam membentuk tren dan memengaruhi keputusan konsumen di era digital.

Influencer telah menjadi pilar penting dalam ekosistem pemasaran digital. Mereka tidak hanya menciptakan konten yang menarik dan relevan, tetapi juga bertindak sebagai perantara antara merek dan audiensnya (Pramesti, Adrian, & Fernando, 2022). Dengan kemampuan menjangkau jutaan pengikut melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, influencer mampu memengaruhi persepsi merek dan menciptakan daya tarik yang kuat terhadap suatu produk atau layanan. Namun, di balik peran besarnya, influencer menghadapi tantangan dalam mengelola kinerja media sosialnya, terutama dalam hal analisis data, manajemen konten, dan pengelolaan hubungan dengan audiensnya.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, kebutuhan akan platform digital yang dirancang khusus untuk mendukung aktivitas influencer semakin meningkat. Creatorku Digital Portfolio hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan tersebut. Platform ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan para influencer, seperti transparansi data analitis, kemudahan personalisasi profil, serta kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai platform media sosial (Maulana, Hadiani, & Wahyuni, 2021). Dengan fitur-fitur yang intuitif dan mudah digunakan, Creatorku diharapkan dapat membantu para influencer mengelola performa media sosial mereka dengan lebih efektif, sehingga mereka dapat lebih fokus dalam membuat konten-konten yang kreatif.

Untuk memastikan platform ini memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal, metode User Centered Design (UCD) digunakan dalam proses desain. Pendekatan UCD memungkinkan pengguna, dalam hal ini influencer, untuk berpartisipasi aktif dalam proses desain, mulai dari mengidentifikasi kebutuhan hingga mengevaluasi hasil akhir. Dengan melibatkan pengguna secara langsung, setiap elemen Portofolio Digital Creatorku dirancang untuk memberikan pengalaman yang efisien, relevan, dan memuaskan. Pendekatan ini tidak hanya memastikan keberhasilan fungsi platform tetapi juga berdampak positif pada produktivitas dan keberlanjutan strategi pemasaran digital influencer (Dumalang, Montolalu, & Lapihu, 2023).

Kemajuan teknologi informasi di Indonesia telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk manajemen konten dan pemasaran. Media sosial telah muncul sebagai tempat utama bagi individu dan perusahaan untuk membangun merek, terlibat dengan audiens, dan mempromosikan produk atau layanan (Saputra & I, 2023). Dalam lingkungan ini, influencer berfungsi sebagai perantara penting antara bisnis dan konsumen. Mereka berfungsi sebagai advokat promosi melalui dukungan dan menghasilkan materi inovatif yang dapat memengaruhi minat konsumen terhadap produk yang diiklankan (Rifki, 2023). Manajemen portofolio digital telah menjadi persyaratan penting untuk memfasilitasi tindakan influencer. Portofolio Digital Creatorku merupakan

platform yang dikembangkan untuk memenuhi persyaratan tersebut. Agar platform ini dapat beroperasi secara efektif, diperlukan desain User Interface (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) yang kuat. Desain UI/UX yang efektif menjamin bahwa platform ini intuitif dan ramah pengguna, sekaligus memenuhi persyaratan khusus para influencer dalam mengelola media sosial mereka. Metodologi User Centered Design (UCD) digunakan untuk penelitian ini karena penekanannya pada persyaratan, aktivitas, dan proses pengguna. Metodologi UCD melibatkan pengguna utama, yaitu influencer, dalam proses desain untuk memastikan bahwa fitur dan elemen yang dihasilkan memenuhi persyaratan mereka secara memadai (Setiadi & Setiaji, 2020).

Antarmuka Pengguna (UI) berfungsi sebagai saluran komunikasi antara pengguna dan sistem dalam suatu program, termasuk aplikasi berbasis web, perangkat lunak, atau aplikasi seluler. Desain UI disesuaikan untuk memenuhi persyaratan pengguna, dengan menggabungkan elemen visual seperti tata letak, aplikasi warna, animasi, dan pola interaksi antara pengguna dan perangkat lunak (Interaction Design Foundation, 2022). Dalam praktiknya, desainer UI mengembangkan antarmuka yang memungkinkan pengguna untuk mengoperasikan perangkat lunak sesuai dengan persyaratan mereka. Desain ini menghasilkan sistem dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Posible, 2024).

User Experience (UX) menekankan interaksi pengguna dengan sistem. Sementara UI berfokus pada elemen visual, UX memprioritaskan penyampaian pengalaman yang memuaskan dan efisien bagi konsumen. Aplikasi seperti Instagram, WhatsApp, dan platform e-commerce dapat mempertahankan keterlibatan pengguna untuk jangka waktu yang lama karena pengalaman yang dibuat dengan cermat. Desain UX berupaya mengembangkan solusi yang intuitif dan menarik yang memastikan kenyamanan pengguna selama berinteraksi.

Portofolio Digital Creatorku adalah platform yang dimaksudkan untuk membantu influencer dalam mengelola portofolio mereka secara efisien. Perangkat lunak ini menyediakan banyak fungsi untuk melacak, mengatur, dan mengevaluasi kemandirian konten di media sosial. Platform ini dikembangkan menggunakan metodologi User Centered Design (UCD) untuk secara efektif memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi yang menyeluruh bagi influencer untuk mengelola dan meningkatkan kinerja mereka di media sosial.

Interaction Design Foundation mendefinisikan UCD sebagai metodologi desain yang berpusat pada persyaratan pengguna. Dalam sistem informasi, User Centered Design (UCD) merupakan bagian integral dari Siklus Hidup Pengembangan Sistem, yang memastikan bahwa desain aplikasi memprioritaskan persyaratan pengguna akhir. Proses UCD mencakup fase-fase berulang yang terdiri dari survei, wawancara, curah pendapat, dan penilaian. Empat tahap utama User Centered Design (UCD) mencakup pemahaman konteks penggunaan, penggambaran persyaratan pengguna, perancangan solusi, dan penilaiannya terhadap tuntutan pengguna. Penilaian Kepatuhan terhadap Spesifikasi (Rizkina, 2023).

Media sosial telah muncul sebagai elemen penting dari taktik pemasaran digital. Manajemen media sosial mencakup produksi konten, strategi pemasaran, keterlibatan audiens, dan analisis data kinerja di situs-situs seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Manajemen media sosial menawarkan keuntungan seperti peningkatan visibilitas merek, keterlibatan komunitas, peningkatan lalu lintas situs web, dan penilaian kinerja langsung. Taktik yang efektif mencakup penetapan tujuan yang eksplisit, pemilihan saluran yang tepat, produksi konten berkualitas tinggi, pemeliharaan jadwal konten yang konsisten, keterlibatan dengan pengikut, dan evaluasi serta pengoptimalan data (Setiadi & Setiaji, 2020).

Influencer adalah individu yang memiliki pengaruh signifikan pada media sosial dan dapat memengaruhi keputusan konsumen. Mereka sering digunakan dalam strategi pemasaran untuk mempromosikan produk melalui konten yang menarik. Influencer harus memiliki kredibilitas tinggi, banyak pengikut, dan pemahaman mendalam tentang produk yang mereka promosikan. Dalam strategi pemasaran digital, pemasaran influencer telah menjadi pendekatan yang efektif untuk membangun kesadaran merek dan mendorong penjualan produk.

Penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu lainnya. Pramesti dkk. (2022) menggunakan metode UCD dalam desain UI/UX aplikasi pemesanan bunga, yang melibatkan pengguna untuk memberikan umpan balik selama fase pengembangan awal. Dumatang dkk. (2023) menggunakan metodologi Design Thinking untuk mengembangkan aplikasi penjualan makanan berbasis seluler, yang menghasilkan solusi pengalaman pengguna yang lebih baik. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan metodologi yang digunakan, karena penelitian ini berfokus pada Portofolio Digital Creatorku yang menggunakan pendekatan UCD.

Penelitian ini berfokus pada studi kasus manajemen kinerja media sosial oleh influencer, yang meliputi manajemen konten, analisis data, interaksi audiens, dan strategi pengembangan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh influencer dalam manajemen media sosial dan merancang solusi yang efektif melalui pendekatan UCD. Dengan melibatkan influencer secara langsung, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan platform yang tidak hanya fungsional dan efisien tetapi juga memberikan pengalaman yang optimal bagi penggunanya. Di era transformasi digital, pemasaran melalui media sosial telah menjadi salah satu pendekatan paling efektif untuk menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat. Influencer, sebagai bagian dari ekosistem pemasaran digital, memiliki kemampuan unik untuk membangun hubungan 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. Bagi influencer, memiliki strategi pemasaran yang solid membantu mereka mempertahankan relevansi di pasar digital yang kompetitif dan memaksimalkan dampak konten yang mereka hasilkan.

Salah satu elemen kunci dari strategi pemasaran digital bagi influencer adalah kemampuan untuk menyelaraskan konten dengan kebutuhan dan preferensi audiens (Sihab & Lestari, 2019). Dalam hal ini, data analitis memainkan peran penting dalam memberikan wawasan mendalam tentang tren, pola perilaku audiens, dan efektivitas kampanye. Dengan memahami data seperti tingkat keterlibatan, tayangan, dan rasio klik-tayang, influencer dapat menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan keterlibatan dan menarik perhatian audiens (Faisal et al., 2023). Selain itu, strategi pemasaran berdasarkan analitik memungkinkan influencer untuk membuat konten yang relevan, dipersonalisasi, dan menarik, sehingga mendorong keterlibatan yang lebih tinggi.

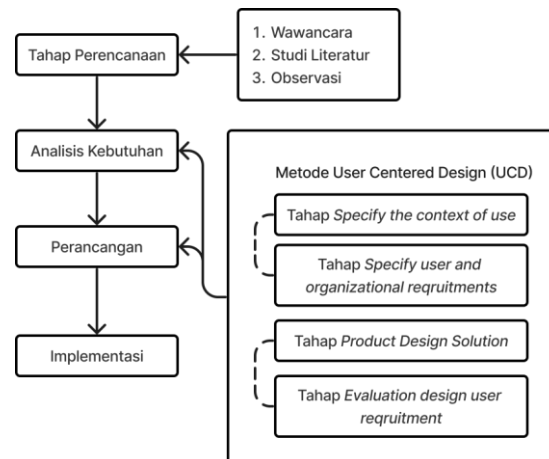
Selain konten dan analitik, platform yang digunakan juga merupakan komponen penting dalam strategi pemasaran digital. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menawarkan audiens yang berbeda dengan karakteristik yang unik. Strategi pemasaran yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang algoritma, format konten, dan preferensi audiens di setiap platform (Haidar Luthfi & Arfiani, 2024). Misalnya, konten video informatif dan berformat pendek cenderung berhasil di TikTok, sementara konten berbasis visual berkualitas tinggi lebih cocok untuk Instagram. Dengan menggunakan alat manajemen konten lintas platform seperti Creatorku Digital Portfolio, para influencer dapat menyusun strategi terpadu yang memungkinkan mereka mengoptimalkan kehadiran mereka di berbagai platform sekaligus.

Strategi pemasaran digital untuk para influencer juga mencakup pengelolaan hubungan dengan mitra bisnis atau merek. Banyak merek berkolaborasi dengan para influencer untuk mempromosikan produk atau layanan mereka melalui kampanye digital (Hikmah Alim et al., 2024). Dalam konteks ini, para influencer perlu menunjukkan profesionalisme dalam mengelola dukungan, melacak hasil kampanye, dan memberikan laporan terperinci (Yanutiar & Prabowo, 2024). Platform seperti Creatorku Digital Portfolio menyediakan fitur yang dapat membantu para influencer mengelola kolaborasi dengan merek, seperti integrasi data analitis dan pelaporan otomatis. Dengan strategi pemasaran yang matang, para influencer tidak hanya dapat meningkatkan kinerja kampanye mereka tetapi juga memperkuat reputasi mereka di industri digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan platform Creatorku dengan pendekatan User-Centered Design (UCD) yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka. Fokus utama penelitian adalah menciptakan solusi yang

mengintegrasikan berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok dalam satu dashboard terpadu, menyediakan analitik performa real-time, serta menawarkan sistem uji coba instan tanpa proses registrasi yang rumit. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas platform melalui pengujian kuantitatif yang mengukur waktu penyelesaian tugas dan tingkat keberhasilan pengguna, serta pengujian kualitatif berdasarkan umpan balik langsung dari para influencer.

## METODE PENELITIAN



**Gambar 1. Tahapan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan eksploratif untuk memahami kebutuhan, preferensi, serta tantangan yang dihadapi influencer dalam mengelola kinerja media sosial mereka (Mubiarto et al., 2023). Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur guna menggali informasi mendalam terkait pengalaman pengguna. Metode User Centered Design (UCD) digunakan dalam empat tahap, yaitu: memahami konteks penggunaan (identifikasi pengguna, tujuan, dan kondisi penggunaan), menentukan kebutuhan pengguna, merancang solusi (konsep hingga prototipe), dan melakukan evaluasi berdasarkan umpan balik pengguna secara langsung untuk memastikan kesesuaian desain dengan kebutuhan mereka.

Peralatan penelitian terdiri dari perangkat keras termasuk laptop yang dilengkapi dengan prosesor Intel(R) Celeron(R) CPU N3350 @ 1.10GHz, RAM 10GB, dan sistem operasi 64-bit. Perangkat lunak yang digunakan terdiri dari Microsoft Windows 10, Microsoft Office Word 2019, peramban Google Chrome, dan program desain Figma. Rangkaian alat ini memfasilitasi proses desain dan penilaian dalam penelitian ini, dengan tujuan menciptakan User Interface (UI) dan User Experience (UX) yang fungsional yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metodologi User-Centered Design (UCD) telah digunakan dalam banyak penelitian untuk menjamin bahwa desain User Interface (UI) dan User Experience (UX) memenuhi persyaratan pengguna. Metode ini telah berhasil digunakan dalam platform digital untuk menyediakan antarmuka yang intuitif dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Automata, 2023).

Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa User Interface (UI) dan User Experience (UX) yang dirancang dengan baik dapat berdampak signifikan pada perilaku pengguna. Misalnya, dalam layanan berbasis langganan seperti Netflix, desain antarmuka dan pengalaman pengguna yang optimal dapat meningkatkan minat pembelian berulang karena keduanya memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap platform (J. Soc. Stud., 2023).

### Tahap Pemahaman Pengguna

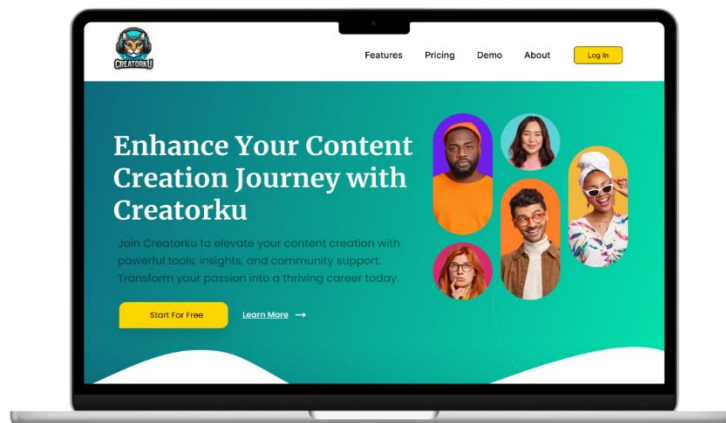
Tahap awal dilakukan dengan memahami konteks penggunaan dan kebutuhan pengguna melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan survei terhadap para influencer sebagai target pengguna platform Creatorku Digital Portfolio. Observasi menunjukkan bahwa influencer menghadapi berbagai tantangan seperti registrasi trial yang mudah, transparansi harga, pengelolaan konten lintas platform, serta analisis performa konten secara real-time. Fitur personalisasi profil juga menjadi perhatian utama karena berkaitan langsung dengan personal branding pengguna.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan 10 influencer, ditemukan bahwa:

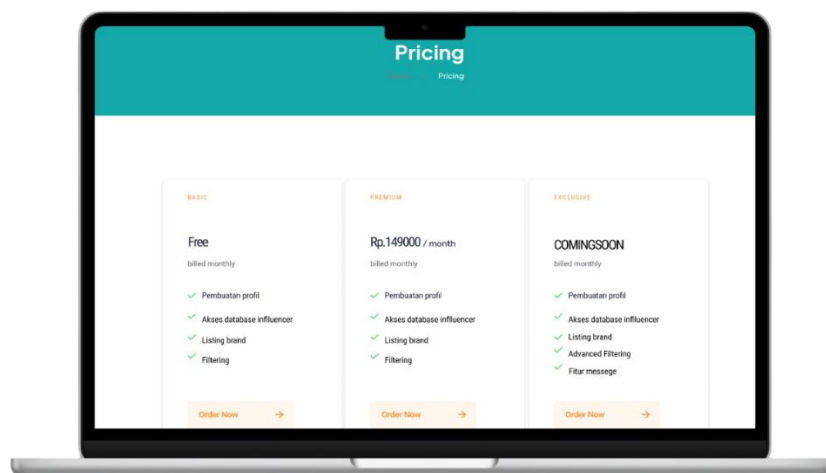
1. 90% responden menyebutkan pentingnya fitur uji coba tanpa proses registrasi yang kompleks,
2. 80% menyatakan perlunya informasi harga yang transparan dan terperinci,
3. 70% menyoroti pentingnya alat manajemen konten lintas platform, dan semua responden menginginkan fitur personalisasi profil dan pelacakan performa endorsement secara otomatis (Pramesti, Adrian, & Fernando, 2022).

Data dan masukan ini digunakan untuk merancang kebutuhan pengguna secara sistematis dan menjadi landasan dalam tahap desain antarmuka.

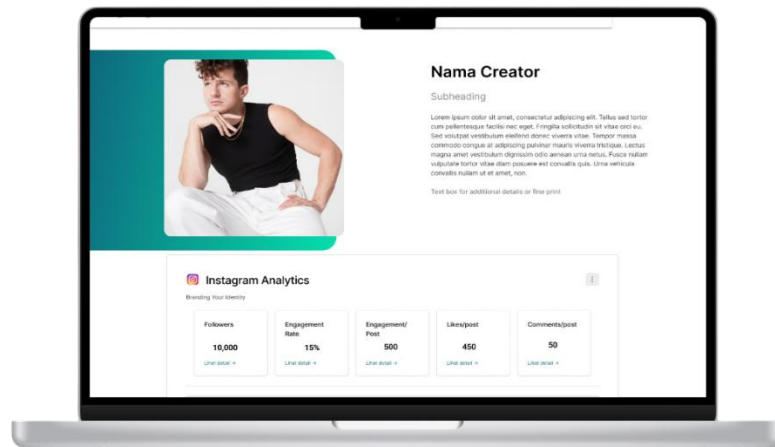
### Tahap Desain



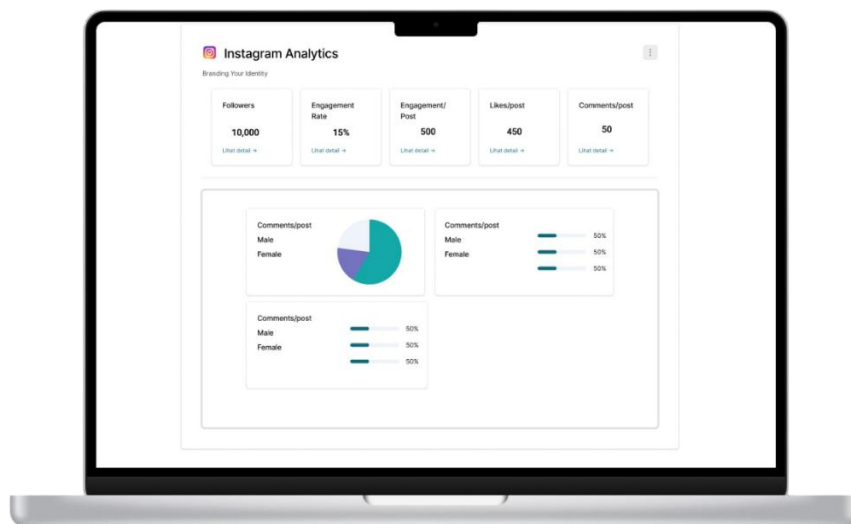
Gambar 2. Halaman Beranda



Gambar 3. Halaman Harga



Gambar 4. Halaman Demo



Gambar 5. Halaman Demo

Pada tahap desain, solusi dirancang berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan sebelumnya. Desain awal mencakup:

1. Halaman Beranda dengan tagline "Enhance Your Content Creation Journey with Creatorku" dan tombol "Mulai Uji Coba" untuk memfasilitasi akses cepat ke fitur trial.
2. Halaman Harga menampilkan 3 paket berlangganan: Gratis, Premium, dan Eksklusif, disertai deskripsi fitur dan tombol pendaftaran.
3. Halaman Demo dan Dashboard memuat analisis performa konten, grafik visual engagement, dan statistik real-time.
4. Fitur integrasi media sosial (Instagram dan YouTube) ditambahkan sebagai respons atas kebutuhan pengguna dalam pengelolaan lintas platform.

Semua elemen dirancang sesuai prinsip User Centered Design (UCD), yakni partisipasi pengguna dalam setiap tahap serta fokus pada solusi yang relevan dan mudah digunakan.

## Tahap Pengujian

Evaluasi dilakukan melalui tiga jenis pengujian utama: Usability Testing, Black-box Testing, dan Prototype Testing, dengan melibatkan 5 influencer sebagai partisipan.

### 1. Usability Testing

Pengujian ini mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan platform:

- a. 100% partisipan berhasil menyelesaikan registrasi, rata-rata waktu 2 menit 30 detik.
- b. 80% berhasil menghubungkan akun media sosial, namun 1 orang mengalami kendala menemukan tombol koneksi.
- c. Semua partisipan memahami fitur analitik dalam waktu rata-rata 1 menit 45 detik.
- d. 100% berhasil mengeksplor laporan performa, waktu rata-rata 1 menit.

Umpan balik menunjukkan navigasi mudah, namun disarankan untuk menambahkan tabel perbandingan paket dan memperjelas tombol "sambungkan".

### 2. Black-box Testing

Pengujian ini fokus pada input-output tanpa melihat kode internal. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh fitur:

- a. Pendaftaran akun,
- b. Penautan akun media sosial,
- c. Penampilan data analitik di dashboard,
- d. Pemilihan paket langganan,
- e. Ekspor laporan performa,

Semua fitur berhasil berfungsi sesuai harapan pengguna dan tidak ditemukan bug atau gangguan teknis yang berarti.

### 3. Prototype Testing

Dilakukan untuk mengevaluasi antarmuka dan alur interaksi:

- a. 100% pengguna menyatakan tampilan antarmuka intuitif dan mudah dipahami,
- b. Rata-rata pengguna dapat menyelesaikan seluruh tugas utama dalam waktu kurang dari 3 menit,
- c. Saran peningkatan meliputi penambahan bantuan onboarding, penjelasan fitur lebih rinci, dan penempatan tombol lebih strategis.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa prototype sudah memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif, dengan data kuantitatif yang mendukung validitas hasil desain berbasis UCD.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode User-Centered Design (UCD) pada perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada Digital Portfolio Creatorku efektif dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Desain yang intuitif, navigasi yang mudah, dan fitur-fitur yang relevan mendukung pengelolaan kinerja media sosial yang efisien. Fitur-fitur seperti analisis kinerja secara real-time, integrasi lintas platform, dan kemampuan personalisasi profil memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi oleh para influencer. Usability, black-box, dan pengujian prototipe memastikan bahwa setiap elemen platform berfungsi sesuai dengan harapan pengguna, meskipun ada beberapa area yang perlu ditingkatkan, seperti memperjelas tombol koneksi akun media sosial dan menambahkan visualisasi untuk perbandingan paket berlangganan.

Secara keseluruhan, penerapan UCD memastikan bahwa platform ini berpusat pada pengguna, memberikan pengalaman yang positif, dan membantu para influencer mengelola kinerja media sosial mereka secara lebih optimal. Temuan-temuan ini mendukung keberlanjutan penerapan prinsip-prinsip user-centered design dalam pengembangan solusi digital lainnya.

**KESIMPULAN**

Penerapan metode User-Centered Design (UCD) dalam pengembangan Portofolio Digital Creatorku berhasil menciptakan platform yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Evaluasi menyeluruh terhadap desain menunjukkan bahwa fitur-fitur yang dikembangkan mendukung efisiensi kerja para influencer dalam mengelola media sosial. Dengan fokus pada kebutuhan pengguna, pendekatan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan solusi digital di industri kreatif. Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut meliputi penyempurnaan visualisasi paket berlangganan, pengoptimalan navigasi, dan penyediaan panduan pengguna yang lebih terstruktur.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alja, F. M., Daniati, E., & Ristyawan, A. (2024). Perancangan UI/UX E-Commerce Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *J. Inf. Syst. Manag. (JOISM)*, 6(1), 93–101.
- Anggoro, A., & Mailangkay, A. B. (2021). Perancangan UI/UX Aplikasi Android Online Monitoring Kualitas Air (Onlimo) di BPPT Menggunakan Metode User Centered Design. In *Prosiding Seminar Nasional* (Vol. 1, pp. 24–26).
- Aprillia, N. A., Anra, H., & Hafidh, K. (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Manajemen Penyewaan Fasilitas Olahraga di Kota Pontianak dengan Metode User Centered Design. *Indonesian J. Educ. Comput. Sci.*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.60076/indotech.v2i1.390>
- 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. *J. Ilm. Inform. Ilmu Komput. (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. *J. Inform. Tek. 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). *J. Ilmu Komput. Syst. Inform. (JIKOMSI)*, 7(1), 24–36. <https://doi.org/10.55338/jikoms.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 (J. Mahasiswa Tek. Inform.)*, 7(5), 3274–3280. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i5.7319>
- Interaction Design Foundation. (2022). User-Centered Design. Retrieved June 11, 2022, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design>
- Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan. *PJEB: Perwira J. Econ. Bus.*, 3(1), 12–25.
- 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). *J. Tek. Komput.*, 1(4), 209–216. <https://doi.org/10.14710/jtk.v1i4.37686>
- Nugroho, D. P., & Sari, R. (2023). Analisis UI/UX menggunakan Metode User Centered-Design Pada Aplikasi TSP Mobile. *J. Infortech*, 5(2), 161–167. <https://doi.org/10.31294/infortech.v5i2.17722>
- 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). *J. Inform. Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(2), 179–184. <https://doi.org/10.33365/jatika.v3i2.2025>

- Rizkina, R. (2023). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode UCD Pada Website PMKS Pendataan Anak Yatim Lombok Tengah. *J. Ilm. 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*, 1(2), 228–233.
- Sihab, W. M., & Lestari, H. (2019). Inovasi Pelayanan ‘Lek Paijo’ di Bapenda Kota Semarang. *J. Departemen Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univ. Diponegoro*, 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 Pemasang). *JIKO (J. Inform. Komput.)*, 8(1), 12. <https://doi.org/10.26798/jiko.v8i1.954>