

Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit Berdasarkan Tipe Kepribadian Steadiness

1st Mohammad Naufal Dirgawan
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
naufaldirgawan@telkomuniversity.ac.id

2nd Faishal Mufied Al Anshary
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
faishalmufied@telkomuniversity.ac.id

3rd Ilham Perdana
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
ilhamp@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan prototipe sistem informasi Marketing Kit berdasarkan tipe kepribadian Steadiness. Tipe kepribadian Steadiness merupakan salah satu dari empat tipe kepribadian yang dikenal dalam psikologi, yang ditandai dengan karakteristik seperti konsisten, tenang, sabar, dan cermat. Tujuan dari pengembangan sistem informasi Marketing Kit ini adalah untuk membantu divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (Mitratel) agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien berdasarkan tipe kepribadian Steadiness. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan prototipe sistem informasi menggunakan metode design thinking dengan tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan evaluasi. Analisis kebutuhan dilakukan dengan melakukan studi literatur dan wawancara terhadap divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (Mitratel) mengenai tipe kepribadian Steadiness dan strategi pemasaran yang sesuai dengan tipe kepribadian tersebut. Perancangan sistem dilakukan dengan merancang User Interface dan User experience menggunakan figma. Implementasi dilakukan dengan mengembangkan UI/UX sistem informasi Marketing Kit berdasarkan tipe kepribadian Steadiness.

Kata Kunci: Marketing Kit, Design Thinking, Steadiness

I. PENDAHULUAN

Pada era teknologi informasi yang semakin pesat, sistem informasi menjadi semakin penting bagi keberlangsungan dan kemajuan suatu organisasi. Sistem informasi yang baik dapat membantu organisasi dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas kerja. Oleh karena itu, latar belakang skripsi sistem informasi biasanya terkait dengan kebutuhan akan sistem informasi yang lebih baik dan efektif bagi suatu organisasi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan revolusi saat ini segala sesuatu semakin canggih dan otomatis sehingga makin kurangnya kebutuhan terhadap bantuan sumber daya manusia. Revolusi industri saat ini membuat semua menjadi efisien, efektif dan otomatis. Saat ini, perkembangan UI/UX sangat pesat, terutama dengan munculnya teknologi mobile

yang semakin populer. Aplikasi mobile yang memiliki UI/UX yang baik akan lebih mudah digunakan dan memiliki tingkat pengguna yang lebih tinggi. Selain itu, adanya kemajuan dalam teknologi desain juga membuat desain UI/UX semakin menarik dan memuaskan pengguna. Selain itu, terdapat juga beberapa perkembangan yang terjadi dalam UI/UX, seperti adanya kecenderungan untuk menciptakan desain yang minimalis, sederhana, dan mudah dipahami oleh pengguna. Ada juga upaya untuk menciptakan desain yang responsif, sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang sama baik di desktop maupun di perangkat mobile. Secara keseluruhan, perkembangan UI/UX saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perkembangan trend desain. Desain yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan membantu meningkatkan tingkat penggunaan dan kepuasan pengguna terhadap sebuah aplikasi atau situs web.

DISC adalah sebuah model yang digunakan untuk mengidentifikasi tipe kepribadian seseorang berdasarkan empat dimensi, yaitu: Dominance, Influence, Steadiness, dan Compliance. Setiap orang memiliki tingkat kecenderungan terhadap masing-masing dimensi ini yang mempengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku mereka. Model tipe kepribadian DISC dapat digunakan untuk memahami tipe kepribadian seseorang dan bagaimana cara terbaik untuk berinteraksi dengan mereka. Model ini juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan seseorang dalam pekerjaan, serta membantu dalam mengembangkan karier dan mengelola tim.

PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. atau Mitratel merupakan salah satu anak perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak pada bidang penyediaan infrastruktur telekomunikasi. Mitratel memulai bisnis menara telekomunikasi sejak tahun 2008. Mitratel memiliki dua portofolio utama yaitu penyewaan menara (Built to Suit, Colocation, dan Reseller) dan bisnis menara terkait (Fiber Solution, Power to Tower dan Edge Infra Solution). Lebih spesifiknya untuk portofolio Mitratel Tower Leasing meliputi Macro Cell, Small Cell, Colocation,

Reseller, dan Tower Solution. Adapun spesifik dari portofolio Mitratel Tower Related Business meliputi Project Solution, Managed Service, Digital Service, Tower Fiberization, dan Edge Infra Solution. Pada divisi Marketing & Sales Unit saat ini sedang mengalami permasalahan yaitu proses approaching yang manual dan memakan waktu lama, serta perhitungan biaya sewa tower yang masih manual dan belum adanya data customer dan company profile dengan adanya permasalahan tersebut telah dibuat business

requirement details oleh Mitratel sebagai acuan dalam perancangan penelitian ini. Dengan masalah yang terjadi pada divisi Marketing & Sales Unit penulis akan mengembangkan rancangan UI/UX Website Marketing Kit untuk tipe kepribadian steadiness dari 4 tipe kepribadian D.I.S.C. Pada tugas akhir ini akan dilakukan D.I.S.C. Assessment terhadap divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (Mitratel). Dengan menggunakan metode survey menggunakan kuesioner yang sudah disediakan untuk mengetahui tipe kepribadian masing masing. Mitratel sudah menyetujui kebutuhan pengembangan dan penelitian yang akan dilaksanakan

II. KAJIAN TEORI

Kajian teori merupakan prinsip berfikir kritis terhadap penelitian terdahulu. Pada tinjauan pustaka ini dijelaskan argumentasi penulis mengenai sejauh mana topik penelitian berhasil dikaji pada hasil-hasil penelitian terdahulu, baik dari solusi yang ditawarkan, metode yang digunakan maupun konteks yang dikaji sebagai referensi untuk melakukan perancangan prototype pada penelitian ini.

A. User Interface

User interface (UI) adalah bagaimana sebuah sistem atau perangkat menyediakan akses ke fitur-fiturnya kepada pengguna. Ini termasuk bagaimana pengguna mengontrol sistem, memasukkan informasi, dan menerima hasilnya. UI juga mencakup segala sesuatu yang terlihat oleh pengguna, seperti layar, tombol, ikon, dan menu. Tujuan dari UI adalah untuk membuat interaksi antara pengguna dan sistem sebisa mungkin menyenangkan, mudah digunakan, dan efektif. User interface yang sebagian besar berfokus tentang keseimbangan struktur dan hubungan menu, konten, dan dokumen atau grafik terkait lainnya. Desain bertujuan untuk membuat hierarki menu dan halaman yang terasa alami, terstruktur dengan baik, mudah digunakan, dan jujur (Wilbert O. Galitz 2007). Oleh karena itu, perlu memahami kebutuhan dan preferensi pengguna secara detail agar dapat membangun UI yang sesuai dengan kebutuhan dan mudah digunakan oleh pengguna.

B. User Experience

User experience (UX) adalah persepsi seseorang dan respon terhadap penggunaan suatu sistem, produk, atau jasa. (Garrett, 2011) menyatakan bahwa UX bukan hanya tentang cara kerja suatu produk atau layanan, tetapi juga bagaimana pengalaman pengguna saat menggunakannya. UX meliputi kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan produk, serta pengalaman pengguna dalam mencari dan memahami informasi yang tersedia.

User experience (UX) adalah bagaimana pengguna merasa saat menggunakan sistem atau perangkat. Ini termasuk faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, dan kepuasan pengguna. UX merupakan bagian penting dari desain produk, karena ini adalah bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk tersebut. Oleh karena itu, desain UX harus memperhitungkan kebutuhan dan keinginan pengguna, serta harus diuji dan dioptimalkan sebelum diluncurkan ke pasar. Ada beberapa jenis UX, termasuk UX yang terpisah dari sistem (misalnya, perangkat lunak yang dijalankan di komputer), UX yang terintegrasi dengan sistem (misalnya,

sistem operasi ponsel), dan UX yang terdapat pada perangkat fisik (misalnya, mesin cuci). Desain UX merupakan proses yang terus-menerus, dimana para desainer terus mengumpulkan data dari pengguna dan memperbaiki produk sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna, dan memuaskan bagi mereka. Dalam desain UX, para desainer harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, kepuasan pengguna, dan kesesuaian dengan tujuan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik seperti prototipe dan uji coba pengguna

C. Tipe Kepribadian D.I.S.C

D.I.S.C adalah model kepribadian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan gaya kepribadian individu. Metode DISC memberikan gambaran mengenai gaya seseorang yang dapat memprediksi kecenderungan perilakunya di masa yang akan datang (A.D. Hartanto 2019) Model ini didasarkan pada empat dimensi kepribadian utama, yaitu:

1. D (Dominance):

Menggambarkan seberapa agresif seseorang dalam mengambil keputusan dan mencapai tujuannya. Orang yang memiliki tingkat Dominance tinggi cenderung lebih suka mengambil keputusan sendiri, memimpin, dan mengambil risiko.

2. I (Influence):

Menggambarkan seberapa mudah seseorang terpengaruh oleh orang lain dan seberapa suka mengambil alih perhatian. Orang yang memiliki tingkat Influence tinggi cenderung lebih suka bekerja dalam tim, berkomunikasi dengan orang lain, dan mempengaruhi orang lain.

3. S (Steadiness):

Menggambarkan seberapa stabil seseorang dalam menangani tekanan dan perubahan. Orang yang memiliki tingkat Steadiness tinggi cenderung lebih suka bekerja dengan cara yang teratur, fokus pada detail, dan mempertahankan kestabilan.

4. C (Conscientiousness):

Menggambarkan seberapa hati-hati seseorang dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan tugas. Orang yang memiliki tingkat Conscientiousness tinggi cenderung lebih suka memikirkan segala sesuatu dengan teliti, memperhatikan detail, dan mematuhi aturan. Setiap orang memiliki kepribadian yang unik, dengan tingkat Dominance, Influence, Steadiness, dan Conscientiousness yang berbeda-beda. Model DISC dapat membantu individu mengenali dan mengerti gaya kepribadian mereka sendiri dan orang lain, serta untuk memahami bagaimana cara terbaik untuk bekerja dengan orang lain.

D. Design Thinking

Design Thinking adalah suatu “proses eksplorasi dan strategi mendesain” dalam segi desain, dan sudah diakui sebagai keilmuan desain baru (Dorst, 2015). Design thinking adalah metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang inovatif dan menyenangkan. Design thinking merupakan pendekatan yang mempertimbangkan kebutuhan pengguna, teknologi yang tersedia, dan keterbatasan bisnis dalam merancang solusi. Design thinking berfokus pada kebutuhan manusia dan mengacu pada

masalah sebagai peluang untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik. Langkah-langkah dasar dari metode design thinking adalah:

1. Empathize

Mencoba memahami perspektif dan kebutuhan pengguna dengan cara yang empati. Ini termasuk melakukan riset terhadap kebutuhan pengguna, mengadakan wawancara, dan mengikuti pengguna selama mereka menggunakan produk atau layanan.

2. Define

Mengidentifikasi masalah yang ingin diselesaikan dan menyusun pernyataan masalah yang jelas dan terukur. Ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3. Ideate

Mengumpulkan ide-ide dengan cara yang terbuka dan inovatif. Ini termasuk menggunakan teknik seperti brainwriting, mind mapping, atau brainstorming.

4. Prototype

Membuat prototipe dari ide-ide yang telah dikembangkan. Prototipe ini bisa berupa model fisik atau perangkat lunak sederhana yang digunakan untuk menguji ide-ide tersebut.

5. Testing

Mencoba prototipe tersebut dengan pengguna untuk mengumpulkan umpan balik dan memperbaiki prototipe sesuai kebutuhan. Ini termasuk mengadakan uji coba pengguna dan melakukan iterasi. Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, design thinking membantu para desainer mengembangkan solusi yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Design thinking juga merupakan pendekatan yang cocok untuk menyelesaikan masalah yang kompleks dan tidak terstruktur, karena berfokus pada proses dan bukan hanya solusi akhir.

E. Gestalt Principle

Gestalt Principle yang juga dikenal sebagai teori gestalt, adalah suatu konsep psikologi yang menjelaskan kecenderungan manusia untuk mengenali dan mengelompokkan hal-hal yang memiliki kesamaan atau serupa menjadi sebuah struktur yang terlihat secara visual, berdasarkan pengalaman mereka terhadap pola dan objek. Penerapan prinsip gestalt sangat bermanfaat dalam merancang sebuah system. Prinsip Gestalt ini memiliki 7 prinsip dan hukum untuk penerapan dan perancangan tampilan interface, diantaranya sebagai berikut (Useresting, 2019):

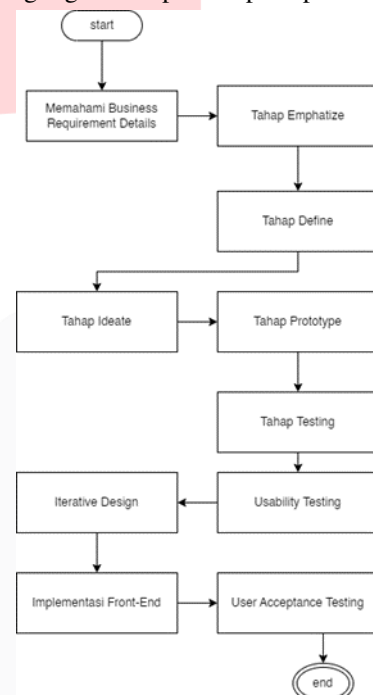
1. Figure Ground, prinsip ini menjelaskan manusia secara naluri dapat melihat suatu objek tersebut berada di posisi depan atau posisi belakang.
2. Similarity, dengan melihat sesuatu yang serupa atau terlihat mirip maka kita dengan mudah objek tersebut terkait atau memiliki fungsi yang sama.
3. Proximity, hal yang berdekatan akan terlihat lebih terkait daripada hal yang memiliki jarak berjauhan.
4. Common region, seperti proximity menyatakan bahwa ketika benda berada dalam satu wilayah yang tertutup yang sama kita secara naluri akan melihatnya sebagai suatu kelompok yang sama.
5. Continuity, ketika suatu elemen tersusun pada suatu garis atau kurva dianggap lebih terkait daripada garis kurva.

6. Closure, ketika melihat susunan elemen visual yang kompleks, kita cenderung mencari pola tunggal yang dapat dikenali.

7. Focal point, apapun yang menonjol secara visual akan menangkap dan menarik perhatian terlebih dahulu.

III. METODE

Penulis melakukan penelitian dengan mengacu pada sistematika penelitian yang dijelaskan secara sistematis dan terstruktur agar mempermudah penulis untuk mencapai tujuan penelitian yang diharapkan. Pada sistematika penyelesaian masalah ini berupa d.i.s.c assessment dan pembuatan desain sesuai hasil tipe kepribadian menggunakan tools figma dan menggunakan enam tahap yaitu tahap pemahaman business requirement details, empathize, define, ideate, prototype dan tahap testing. Berikut sistematika penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini:



GAMBAR 3. 1
Sistematika Penyelesaian Masalah Bagian 1

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah penelitian, waktu penelitian, sumber data, cara perolehan data dan menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian.

A. Model Konseptual

Penulis menggunakan metode design thinking sebagai pendekatan dan metode pengumpulan data serta informasi secara langsung yang diharapkan dapat memberikan informasi serta data yang akurat mengenai keinginan ataupun preferensi informan agar dapat menciptakan desain yang tepat dan sesuai dengan kepribadian informan. Model konseptual yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



GAMBAR 4. 1
Model Konseptual Design Thinking

B. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini bersifat kuantitatif dimana penulis akan mengumpulkan data yang bersifat primer atau data yang dikumpulkan langsung dari narasumber utama. Pada penelitian ini narasumber utama penulis adalah karyawan Mitratel pada divisi Marketing & Sales Unit melalui wawancara dan D.I.S.C Assessment untuk mengetahui tipe kepribadian pada karyawan divisi Marketing & Sales Unit, yang akan digunakan sebagai acuan pembuatan Prototype Website Marketing Kit sesuai dengan tipe kepribadian Steadiness.

TABEL 4. 1
Business Requirement Details Menu Website Marketing Kit

No	Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
1	Halaman <i>Login</i>	Beroperasi sebagai sistem autentikasi yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan informasi identitas (sepertinama pengguna dan kata sandi) guna mengakses fitur-fitur khusus yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang telah terverifikasi.
2	<i>Product Catalogue (Macro Cell & Production Tools Profile)</i>	Terdapat kumpulan produk yang saat ini tersedia serta produk yang sedang dalam proses pengembangan. Ini mencakup Portofolio Bisnis Mitratel dan anak perusahaannya.

3	<i>Business Calculator (Tower Leasing)</i>	Ini adalah sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan estimasi perhitungan biaya sewa tower melalui sebuah formulir. Hasil estimasi tersebut akan ditampilkan dalam formulir biaya perkiraan. Selain itu, terdapat pula formulir simulasi kontrak yang memungkinkan pengguna untuk melakukan simulasi pada kontrak yang akan dilakukan. Setelah itu, terdapat sebuah status pada formulir nilai perkiraan yang akan menampilkan status dari kontrak tersebut.
4	<i>Customer Profile (TelkomGroup)</i>	merupakan rangkuman informasi tentang profile tenant dan profile company dari perusahaan yang frequently collaborate dengan Mitratel. Lebih lanjut, pengguna juga memiliki kemampuan untuk download detailed summarization dari profile tersebut dalam bentuk PDF.
5	<i>Uploader</i>	Merupakan fitur untuk melakukan unggah <i>file</i> dan melihat <i>history</i> dari <i>file</i> yang sudah di <i>upload</i> . Pada <i>section history</i> , pengguna dapat melakukan <i>action</i> CRUD (<i>Create, Read, Update, Delete</i>) pada <i>file</i> yang telah di <i>upload</i> .

6	FAQ	Merupakan rangkuman dari pertanyaan yang sering ditanyakan customer dan jawaban yang tepat sesuai pertanyaan. Berisikan pertanyaan atas produk utama Mitratel (Tower Makro, Mikro, Power to Tower, Fiber, Edge Computing) dan Produk subsidiaries (Project solution, Manage Service dan Digital Bisnis).
---	-----	--

C. Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang akan dilakukan oleh penulis setelah produk atau desain yang dikembangkan sudah selesai adalah presentasi langsung kepada karyawan divisi *Marketing & Sales Unit* yang memiliki tipe kepribadian *steadiness* mengenai kecocokan terhadap *prototype* yang dikembangkan melalui *interview* dan *usability testing* menggunakan tools berupa *maze*. Jika hasil presentasi dan *usability testing* serta skor *SEQ test* menunjukkan adanya kecocokan maka hasil penelitian dan pembuatan *prototype* menunjukkan keberhasilan dalam penelitian ini, namun jika ada ketidakcocokan pada *prototype*, maka penulis akan mengkaji ulang dan membuat ulang *prototype website marketing kit* agar lebih cocok dengan tipe kepribadian *steadiness*.

TABEL 4. 1
Single Ease Question (Usability Testing)

No	Pertanyaan
1	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Login?
2	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Product Catalogue?
3	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Bussiness Calcuator?
4	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Customer & Company Profile?
5	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Uploader?
6	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu FAQ?
7	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow pada Menu Production Tools Profile?
8	Bagaimana menurut anda tingkat kesulitan flow melakukan logout?

D. Research User Interview

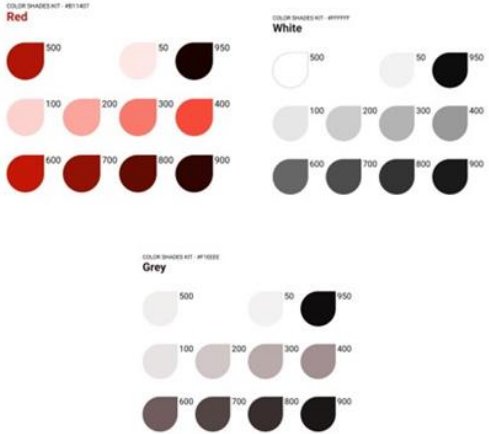
Pada tahap *user interview* ini, tujuannya adalah untuk menggali informasi dari pengguna yang akan menggunakan *Website Marketing Kit*. *User interview* dilakukan untuk memahami bagaimana pengguna melakukan sebuah aktifitas

atau proses bisnis yang akan dijalankan pada *website*. Pertanyaan wawancara telah dirangkum dalam tabel berikut ini:

TABEL 4. 3
Tujuan dan Pertanyaan Wawancara

No	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara
1	Mengetahui proses bisnis eksisting penyewaan <i>tower</i> di Mitratel sebelum adanya <i>Website Marketing Kit</i>	Bagaimana pendapat Anda tentang <i>Website Marketing Kit</i> ? Apakah ada fitur tertentu yang membuat Anda tertarik untuk mencoba dalam membantu menjalankan proses bisnis?
2	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif <i>Menu Product Catalogue</i> untuk melihat semua produk portofolio Mitratel	Bagaimana pendapat Anda tentang <i>Menu Product Catalogue</i> , apakah masih terdapat kekurangan atau sudah efektif untuk menampilkan semua produk portofolio Mitratel?
3	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan <i>Menu Business Calculator</i> dan mengetahui apakah fitur tersebut akan memudahkan, efektif, dan dapat diandalkan oleh pengguna.	Bagaimana pendapat Anda tentang <i>Menu Business Calculator</i> ? Apakah masih terdapat kekurangan untuk melakukan perhitungan biaya penyewaan sebuah <i>tower</i> ? Menurut Anda, apakah <i>Menu Business Calculator</i> efektif dan dapat diandalkan dalam proses perhitungan penyewaan <i>tower</i> ?
4	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif <i>Menu Customer & Company Profile</i> untuk menampilkan semua profil <i>customer</i> dan profil perusahaan dari <i>tenant</i>	Bagaimana pendapat Anda tentang <i>Menu Customer & Company Profile</i> , apakah masih terdapat kekurangan atau sudah efektif untuk menampilkan semua profil <i>customer</i> dan profil perusahaan dari <i>tenant</i> ?
5	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan <i>Menu Uploader</i> dan mengetahui apakah <i>menu</i> tersebut akan memudahkan untuk mengelola semua <i>file</i> yang berkaitan dengan proses bisnis penyewaan <i>tower</i>	Bagaimana pendapat Anda tentang <i>Menu Uploader</i> ? Apakah masih terdapat kekurangan pada <i>menu</i> tersebut?

Orang yang memiliki tipe kepribadian steadiness dan cenderung stabil dalam emosi dan tindakan mereka seringkali merasa nyaman dengan warna merah karena mencerminkan karakteristik kepribadian mereka yang kuat dan penuh semangat. Sementara itu, warna putih dan abu khususnya abu abu yang cerah atau muda dikaitkan dengan kesucian, kesederhanaan, dan kejernihan. Orang yang memiliki kepribadian stabil juga cenderung memiliki karakteristik seperti keteraturan, ketertiban, dan keadilan. Warna putih mencerminkan kepribadian ini karena warna yang bersih dan netral ini sering dikaitkan dengan kesederhanaan dan ketertiban. Orang yang memiliki tipe kepribadian steadiness cenderung merasa nyaman dengan warna putih karena mencerminkan karakteristik kepribadian mereka yang tenang dan teratur. Ketika membicarakan kecocokan antara warna dan kepribadian, penting untuk diingat bahwa ini adalah pandangan umum dan tidak berlaku untuk setiap individu secara konsisten. Kepribadian seseorang sangat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya warna tertentu.



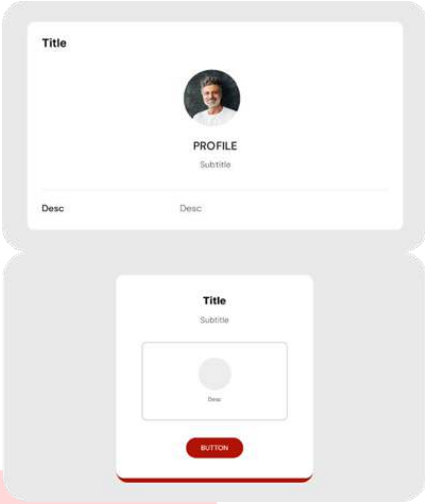
GAMBAR 4. 3
Color Palette Website Marketing Kit

Orang dengan tipe kepribadian steadiness cenderung menghargai ketertiban dan keadilan. Mereka cenderung memiliki gaya hidup yang teratur dan rapi. Font Helvetica, dengan desainnya yang bersih dan seragam, dapat menarik bagi individu dengan tipe kepribadian ini karena mencerminkan kecenderungan mereka yang teratur dan konsisten.



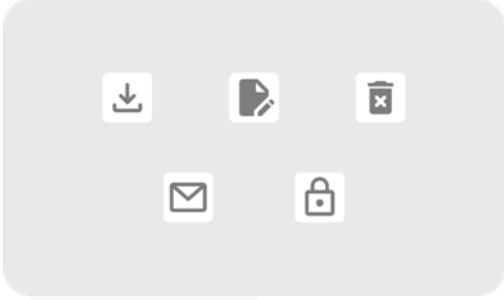
GAMBAR 4. 4
Typography Website Marketing Kit

Sementara itu, tepi melengkung (rounded edge) dapat mencerminkan kelembutan dan kehangatan yang dihargai oleh individu dengan kepribadian yang stabil. Bentuk ini juga dapat memberikan kesan yang lebih ramah dan mendukung interaksi sosial yang lebih harmonis.



GAMBAR 4. 5
Shape Website Marketing Kit

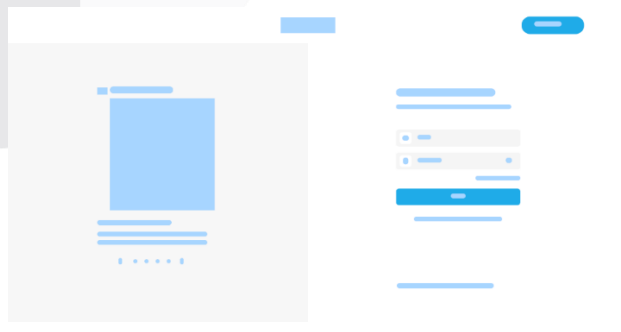
Orang dengan tipe kepribadian steadiness cenderung merasa nyaman dengan simplicity icons karena mencerminkan kecenderungan mereka yang mengutamakan kejelasan, ketertiban, dan kesederhanaan. Desain yang sederhana dan mudah dipahami membantu menciptakan lingkungan yang teratur dan memberikan kesan yang jelas dan efisien.



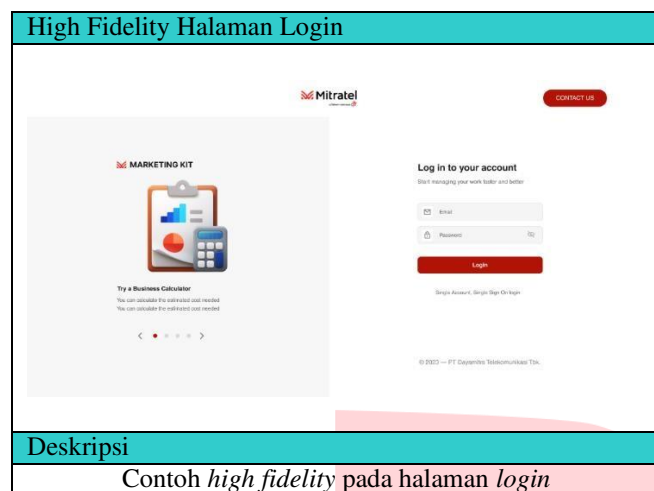
GAMBAR 4. 6
Icon Website Marketing Kit.

H. Prototyping

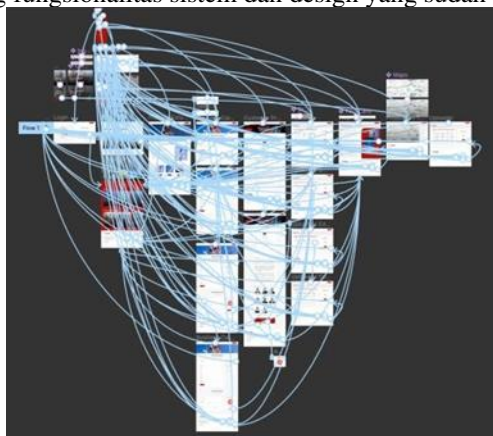
TABEL 4. 5
Contoh Low Fidelity

Low-Fidelity Halaman Login	
	
Deskripsi	
Contoh low fidelity halaman login	

TABEL 4. 6
Contoh High Fidelity



Setelah menyelesaikan proses desain high fidelity, penulis membuat prototype dari Website Marketing Kit sebelum melakukan usability testing. Prototype tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana aplikasi berjalan dan memberikan gambaran kepada pengguna tentang fungsionalitas sistem dan design yang sudah dibuat.



GAMBAR 4.7
Prototyping Website Marketing Kit

I. Testing

Pada tahap pengujian atau testing, peneliti menggunakan prototype yang sudah dibuat sebelumnya. Pengujian prototype ini dilakukan menggunakan testing tools yaitu Maze. Pada tahap pertama peneliti melakukan usability testing untuk menguji sejauh mana rancangan antarmuka pengguna (User Interface) mempengaruhi pengalaman pengguna (User Experience) pada Website Marketing Kit. Partisipan yang menjadi target dalam Usability Testing ini adalah Marketing & Sales Unit yang memiliki tipe kepribadian influence. Pengujian dilakukan secara daring melalui platform Zoom Meeting dan testing tools Maze. Peneliti menggunakan pengukuran SEQ untuk menilai kinerja Website Marketing Kit. Hasil pengukuran SEQ dari Usability Testing telah disajikan dalam tabel berikut

TABEL 4.7
Contoh Hasil Usability Testing

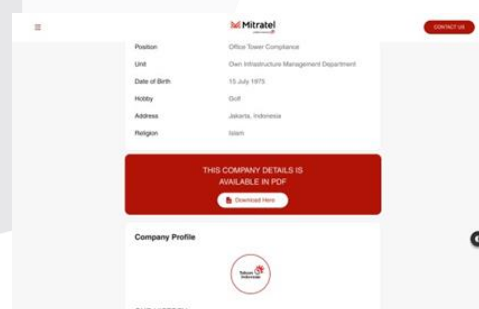
Task	Waktu	Status Penyelesaian	Skor SEQ
------	-------	---------------------	----------

1	9.7s	Selesai	7
2	17.4s	Selesai	6
3	38.9s	Selesai	6
4	28.2s	Selesai	7
5	20.5s	Selesai	6
6	4.2s	Selesai	7
7	61.3s	Selesai	7
8	4.9s	Selesai	7
Rata-rata Skor SEQ		6.6	

TABEL 4.8
Contoh Hasil SEQ Test

	User 1	User 2	User 3	User 4	User 5
Skor Rata-rata	6.6	6.6	7	7	6.75
Total Skor	6.79 = 6.8				

Hasil menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik terhadap item atau fenomena yang dievaluasi dengan metode SEQ, dengan rata-rata skor 6,8. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Sementara skor 6,8 menunjukkan bahwa para pengguna cenderung puas dan merasakan kesesuaian. Oleh karena itu, hasil dengan skor rata-rata 6,8 menunjukkan bahwa kelima pengguna cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap desain yang dinilai menggunakan metode SEQ. Dari hasil keseluruhan skor SEQ dapat disimpulkan bahwa pemilihan dan penggunaan style guideline yang digunakan pada prototype sudah tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (Helvetica), color palette (merah, putih dan abu-abu), shapes (Rounded Edge) dan icon (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian Steadiness, Sehingga hasil akhir dari prototype akan menghasilkan kesesuaian dengan tipe kepribadian Steadiness. Namun beberapa user memberikan sedikit masukan terhadap design yang diujicobakan sehingga peneliti akan melakukan tahap iterative design setelah pelaksanaan usability testing dan SEQ test.



GAMBAR 4.8
Penyesuaian Navigasi Download pada Company Profile dan Font

J. User Acceptance Testing

Untuk memverifikasi implementasi desain dan alur aplikasi, peneliti melakukan User Acceptance Testing untuk memastikan kesesuaian dengan Task Flow yang diharapkan oleh pengguna. Uji coba ini dilakukan terhadap hasil implementasi front-end yang telah dibuat. Berikut ini adalah Task Flow yang akan diujikan:

1. Login
2. Melihat Product Catalogue

3. Perhitungan Biaya Sewa Tower
4. Melihat Customer & Company Profile
5. Upload File
6. Melihat FAQ
7. Logout
8. Mengganti Tema

Setelah mengetahui task flow yang akan diuji, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terkait task flow dari hasil implementasi front-end. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa task flow yang telah dirancang dapat berjalan dengan baik di dalam website. Berikut ini adalah pengujian alur tugas dari hasil implementasi front end:

TABEL 4. 9
User Acceptance Testing

Task	Flow	Hasil Pengujian	
		Accept	Reject
Login	Mengisi form login	☒	
	Klik tombol login	☒	
Melihat Product Catalogue (Macro Cell)	Klik navigasi product catalogue	☒	
	Klik navigasi tower leasing	☒	
	Klik navigasi macro cell	☒	
Melihat Product Catalogue (Production Tools Profile)	Klik navigasi product catalogue	☒	
	Klik navigasi production tools profile	☒	
Perhitungan Biaya Sewa Tower	Klik navigasi business calculator	☒	
	Klik navigasi tower leasing	☒	
	Mengisi form calculator	☒	
	Klik tombol generate	☒	
	Mengisi form contract simulation	☒	
	Klik tombol save to uploader	☒	
Melihat Customer & Company Profile	Klik navigasi customer profile	☒	
	Klik navigasi Telkom Group	☒	
	Klik navigasi Telkomsel	☒	
	Klik tombol download PDF	☒	
Upload File	Klik navigasi uploader	☒	
	Klik tombol upload	☒	

	Klik tombol download	☒	
	Klik tombol edit	☒	
	Klik tombol delete	☒	
Melihat FAQ	Klik navigasi FAQ	☒	

Hasil menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik terhadap item atau fenomena yang dievaluasi dengan metode SEQ, dengan rata-rata skor 6,8. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Sementara skor 6,8 menunjukkan bahwa para pengguna cenderung puas dan merasakan kesesuaian. Oleh karena itu, hasil dengan skor rata-rata 6,8 menunjukkan bahwa kelima pengguna cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap desain yang dinilai menggunakan metode SEQ. Dari hasil keseluruhan skor SEQ dapat disimpulkan bahwa pemilihan dan penggunaan style guideline yang digunakan pada prototype sudah tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (Helvetica), color palette (merah, putih dan abu-abu), shapes (Rounded Edge) dan icon (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian Steadiness, Serta kesesuaian dengan prinsip gestalt, Sehingga hasil akhir dari prototype akan menghasilkan kesesuaian dengan tipe kepribadian Steadiness. Namun beberapa user memberikan sedikit masukan terhadap design prototype yang diujicobakan sehingga peneliti akan melakukan tahap iterative design setelah pelaksanaan usability testing dan SEQ test, serta Hasil dari user acceptance testing menunjukan bahwa penerapan design serta perancangan prototype sudah sesuai dengan preferensi user dengan tipe kepribadian steadiness dengan memperhatikan pemilihan dan penggunaan style guideline pada prototype yang tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (Helvetica), color palette (merah, putih dan abu-abu), shapes (Rounded Edge) dan icon (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian Steadiness membuat prototype yang dihasilkan menjadi sesuai dengan yang diharapkan untuk pengguna dengan tipe kepribadian steadiness.

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan pada Website Marketing Kit dengan menggunakan metode Design Thinking memiliki beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan serta perancangan prototype UI/UX Design yang sesuai dengan tipe kepribadian steadiness dengan menggunakan metode design thinking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memahami lebih dalam tentang pengguna dengan tipe kepribadian steadiness dan mengikuti style guideline yang sesuai dengan tipe kepribadian tersebut, dapat menghasilkan design yang sesuai dengan preferensi pengguna dengan kepribadian steadiness. Hasil pengujian terhadap prototype design menunjukkan skor SEQ 6,8, yang menunjukkan bahwa pengguna secara keseluruhan merasa nyaman dan

mudah memahami keseluruhan flow dan design pada Website Marketing Kit.

2. Penelitian ini juga menghasilkan penyesuaian dalam menggabungkan UI/UX Design yang sesuai dengan tipe kepribadian steadiness dan business requirement details dari Mitratel. Dengan penggabungan ini dihasilkan design website yang lebih sesuai dengan karakteristik tipe kepribadian steadiness dan memberikan manfaat untuk meningkatkan kepuasan user dalam mencapai tujuan bisnis Mitratel.

3. Selain itu, penelitian ini juga mengembangkan prototype design Website Marketing Kit menggunakan ReactJS untuk framework front-end dan Laravel untuk framework back-end. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan kedua Bahasa pemrograman tersebut dapat menghasilkan sebuah prototype yang fungsional dan responsif serta dapat dikembangkan tanpa memakan waktu yang lama. ReactJS dapat memberikan tampilan interaktif dan menarik, serta Laravel yang menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk pengelolaan dan integrasi dengan database.

B. Saran

Berdasarkan batasan penelitian yang telah ditetapkan, peneliti dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran yang dapat peneliti sampaikan:

1. Menggunakan pengujian preferensi desain berdasarkan tipe kepribadian steadiness. Selain melakukan usability testing, lakukan juga penelitian untuk membuktikan pemilihan preferensi desain yang sesuai dengan tipe kepribadian steadiness. Hal ini dapat dilakukan melalui pengumpulan data dari responden dengan tipe kepribadian steadiness yang berbeda dan menganalisis preferensi desain mereka dengan lebih detail.

2. Menggunakan variasi menu produk pada perancangan menu. Gunakan beberapa contoh menu product catalogue, menu business calculator, dan menu customer profile untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana tipe kepribadian steadiness mempengaruhi preferensi dalam navigasi dan tampilan menu produk. Dengan menggunakan variasi menu, hasil penelitian dapat lebih mewakili preferensi yang lebih dalam dari tipe kepribadian steadiness.

3. Melakukan perancangan versi mobile atau responsive dalam perancangan prototype design. Dalam era digital yang mobile-friendly, sangat penting untuk mempertimbangkan penggunaan perangkat mobile dalam pengembangan website. Melakukan pembuatan versi mobile atau responsive akan menghasilkan pengalaman dan kemudahan pengguna yang lebih dalam dan lebih luas.

4. Mempertimbangkan pengembangan website yang melibatkan aspek lain seperti sisi pengelola atau admin. Selain fokus pada sisi pengguna atau user, melibatkan pengembangan sisi admin akan memberikan pemahaman yang lebih dalam dan luas terkait kebutuhan dan preferensi dari perspektif pengelola website. Hal ini akan membantu meningkatkan keseluruhan kualitas website dan pengalaman pengguna yang lebih luas.

REFERENSI

Perdana, I., Santosa, P. I., Setiawan, N. A., & Wimbari, S. (2021). Confirmation of personality types using visual evoked potential with user interface design stimulus. *Journal of Computer Science*, 17(11), 1138–1146. <https://doi.org/10.3844/jcssp.2021.1138.1146>

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond (voices that matter)*. New riders, 2.

Utami, E., Hartanto, A. D., Adi, S., Oyong, I., & Raharjo, S. (2019). Profiling analysis of DISC personality traits based on Twitter posts in Bahasa Indonesia. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*.

Dorst, K. (2015). *Frame innovation: Create new thinking by design*. MIT press.

Useresting. (2019). 7 Gestalt principles of visual perception: cognitive psychology for UX. Retrieved from <https://www.useresting.com/blog/gestalt-principles>