

ABSTRAK

Pusat Pengembangan Karir yang dimiliki oleh Universitas Telkom saat ini disebut dengan *Tel-U Career*, *Tel-U Career* saat ini memiliki *website* dan media sosial aktif guna untuk menunjang pelayanan, khususnya bagi lulusan Universitas Telkom, mahasiswa, dan *stakeholder*. Namun, sampai saat ini pihak *Tel-U Career* mendapatkan keluhan sebesar 15% dari total keseluruhan pengguna *website Tel-U Career*, sehingga perlu dilakukan perancangan perbaikan *website* dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna terhadap penggunaan *website Tel-U Career*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *True Customer Needs* dari penggunaan *website Tel-U Career* menggunakan integrasi *Web Usability* dan Model Kano sehingga dapat diketahui prioritas kebutuhan pengguna untuk meningkatkan layanan *website*. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan alumni Universitas Telkom untuk menggali *Voice of Customer*, didapatkan 23 atribut kebutuhan pengguna *website Tel-U Career*. Kemudian dari hasil penelitian, didapatkan 13 atribut kebutuhan yang belum memenuhi harapan dari pengguna dan Sembilan atribut kebutuhan yang telah memenuhi harapan dari pengguna *website Tel-U Career*. Berdasarkan hasil integrasi *Web Usability* dan Model Kano, didapatkan 13 *True Customer Needs* yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan berdasarkan urutan prioritas peningkatan. Dengan demikian, *website Tel-U Career* dapat melakukan perbaikan dan peningkatan terhadap penggunaan layanan aplikasi secara optimal.

Kata Kunci: Pusat Pengembangan Karir, *website Tel-U Career*, *Web Usability*, Model Kano, Analisis Kebutuhan, *True Customer Needs*.