

# Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit Berdasarkan Tipe Kepribadian Influence

1<sup>st</sup> Raafi Albar

Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

raafialbar@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Faishal Mufied Al Anshary

Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

faishalmufied@telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> Ilham Perdana

Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

ilhamp@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak** - Sistem Informasi Marketing Kit saat ini menjadi salah satu alat yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk. Namun, tidak semua pengguna akan merespon dengan baik pada satu jenis UI/UX *Design Website Marketing Kit* yang sama. Tipe kepribadian seseorang dapat mempengaruhi cara mereka menerima informasi dan bagaimana mereka memutuskan untuk mengambil suatu tindakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit yang dapat disesuaikan dengan tipe kepribadian pengguna berdasarkan model "Influence". Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan pengembangan perangkat lunak pada tahap-tahap seperti analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi, dan pengujian. Dalam tahap analisis kebutuhan, data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden yang mewakili empat tipe kepribadian pada model *Influence*, yaitu *Dominance*, *Influence*, *Steadiness*, dan *Conscientiousness*. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi preferensi mereka terhadap jenis UI/UX *Design Website Marketing Kit* yang berbeda. Metode pada penelitian ini menggunakan *Design Thinking* dan melewati semua tahapan seperti *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Adapun metode evaluasi pada penelitian ini menggunakan *Usability Testing* pada desain prototipe dan *User Acceptance Testing* pada implementasi *front-end*. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit yang dapat menyesuaikan UI/UX *Design* dengan tipe kepribadian pengguna berdasarkan model "Influence".

**Kata Kunci**— Marketing Kit, Sistem Informasi, Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna, Tipe Kepribadian, Model *Influence*, Pengembangan Perangkat Lunak, *Design Thinking*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan Sistem Informasi saat ini sangat pesat dan menarik untuk diperhatikan seiring dengan revolusi industri 4.0. Sehubungan dengan hal tersebut, revolusi industri 4.0 sering juga disebut dengan cyber physical system. Revolusi ini menitikberatkan pada otomatisasi dan mengkolaborasikannya dengan teknologi cyber. Ciri utama dari revolusi industri ini adalah penggabungan informasi dan teknologi komunikasi dalam bidang industri. Munculnya revolusi industri menyebabkan adanya perubahan dalam berbagai sektor. Jika semula membutuhkan pekerja yang

cukup banyak, namun kini segala sesuatu bisa digantikan dengan penggunaan mesin teknologi. Revolusi industri 4.0 membuat semua hal menjadi lebih efektif mudah dijangkau serta meminimalisir pemborosan (Purba, Yahya, & Nurbaiti, 2021).

Bidang UI/UX Design saat ini juga sangat berkembang pesat dan penting untuk diperhatikan, bidang ini sangat penting untuk merancang prototype sebuah website atau aplikasi sebelum dikembangkan lebih lanjut oleh developer. User interface atau antarmuka adalah apa yang terlihat dalam pengoperasian suatu program, sedangkan user experience adalah apa yang dirasakan oleh pengguna saat mengoperasikan program tersebut (Naser, Syafwandi, & Ahdi, 2018).

DISC merupakan sebuah singkatan yang terdiri dari Dominance, Influence, Conscientious dan Steadiness. Keempat hal tersebut merupakan karakter yang dimiliki oleh masing-masing individu. Dominance merupakan karakter orang yang memiliki sifat dominan dibandingkan dengan orang-orang yang disekitar, Influence merupakan karakter yang berfokus terhadap sesama atau sekitarnya dan bersifat aktif, Conscientious salah satu karakter manusia yang berfokus kepada pekerjaan namun bersifat pasif, dan Steadiness dimana karakter yang berfokus pada orang disekitarnya dan bersifat pasif (Laboratory, 2019).

Fokus perancangan design pada penelitian ini mengacu pada tipe kepribadian influence. Tipe kepribadian influence memiliki rasa percaya diri yang tinggi, bersikap hangat, senang berbicara, memiliki gaya bicara yang meyakinkan, antusias, dan penuh semangat, mampu mempengaruhi orang lain, mudah bergaul, tidak suka hal-hal yang terstruktur seperti detail dan angka, serta mudah mempercayai perkataan orang lain. Saat berada di bawah tekanan, cenderung menjadi terlalu optimis, banyak bicara, dan kurang realistis (Herlinda, Aripin, & Siregar, 2020).

Setiap individu memiliki Visual Evoked Potential (VEP) yang unik, untuk mengkonfirmasi tipe kepribadian dan perlu dibuktikan kesamaan VEP antara individu dengan tipe yang sama. 93,75% VEP diklasifikasikan menurut tipe kepribadian. Oleh karena itu perlu diperhatikan bahwa tipe kepribadian dapat dijadikan persona pengguna untuk klasifikasi pengguna pada tahap kebutuhan pengguna (Perdana, Santosa, Setiawan, & Wimbari, 2021).

PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. atau Mitratel adalah salah satu anak perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero)

Tbk yang bergerak di bidang penyediaan infrastruktur telekomunikasi. Pada tahap identifikasi awal, pihak perusahaan menyatakan bahwa Marketing & Sales Unit sedang menghadapi beberapa permasalahan yaitu, pada saat proses approaching ke customer masih dilakukan secara manual dan membutuhkan waktu yang lama, masih melakukan perhitungan biaya sewa tower secara manual yang membutuhkan waktu 3-4 hari, serta belum adanya data customer & company profile secara lengkap dan terorganisir. Dengan mengacu pada masalah yang sedang di hadapi Marketing & Sales Unit, penelitian ini mengusulkan untuk membuat rancangan UI/UX pada Website Marketing Kit dengan menyesuaikan tipe kepribadian influence dari 4 (empat) tipe kepribadian D.I.S.C.

## II. KAJIAN TEORI

Kajian teori melibatkan penilaian kritis terhadap penelitian sebelumnya. Dalam tinjauan pustaka ini, penulis memberikan argumen mengenai sejauh mana topik penelitian telah dikaji dalam hasil-hasil penelitian sebelumnya, termasuk solusi yang diusulkan, metode yang digunakan, dan konteks yang telah dikaji. Hal ini menjadi acuan bagi perancangan prototype dalam penelitian ini.

### A. Design Thinking

Design Thinking adalah proses berulang untuk mencoba memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah untuk mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat jelas pada tingkat pemahaman awal. Pada saat yang sama, Design Thinking menawarkan pendekatan berorientasi solusi untuk pemecahan masalah. Ini adalah cara berpikir dan tindakan serta seperangkat metode praktis (Swarnadwitya, 2020).

#### 1. Empathize

Langkah pertama dalam proses Design Thinking adalah mendapatkan pemahaman empati tentang masalah yang coba dipecahkan.

#### 2. Define

Selama fase Define, sudah terdapat kumpulan informasi yang dibuat dan dikumpulkan selama fase empathize.

#### 3. Ideate

Pada tahap ketiga Design Thinking, desainer siap memunculkan ide.

#### 4. Prototype

Tim desain membuat beberapa versi produk yang diperkecil atau fitur spesifik produk sehingga mereka dapat mengeksplorasi solusi untuk masalah yang dihadapi pada tahap awal.

#### 5. Test

Desainer secara ketat menguji seluruh produk menggunakan solusi terbaik yang ditemukan dalam fase prototype.

### B. Karakteristik Tipe Kepribadian Influence

Tipe kepribadian influence memiliki rasa percaya diri yang tinggi, bersikap hangat, senang berbicara, memiliki gaya bicara yang meyakinkan, antusias, dan penuh semangat,

mampu mempengaruhi orang lain, mudah bergaul, tidak suka hal-hal yang terstruktur seperti detail dan angka, serta mudah mempercayai perkataan orang lain. Saat berada di bawah tekanan, cenderung menjadi terlalu optimis, banyak bicara, dan kurang realistis (Herlinda, Aripin, & Siregar, 2020).

### C. Gestalt Principle (Laws of UX)

Laws of UX atau prinsip-prinsip UX adalah sekumpulan praktik terbaik yang dapat dipertimbangkan oleh desainer antarmuka pengguna saat merancang tampilan suatu sistem. Prinsip-prinsip ini saling terkait dan bertujuan untuk mendukung tercapainya kepuasan dan kenyamanan pengguna. Terdapat beberapa kategori dalam Laws of UX, termasuk heuristic, gestalt, dan cognitive bias. Gestalt Principle dapat terbagi menjadi (Andriana, 2021):

#### 1. Law of Common Region

Hukum ini menetapkan batas di sekitar elemen atau sekelompok elemen sehingga membentuk cara yang mudah untuk menghasilkan wilayah yang terdefinisi dengan jelas.

#### 2. Law of Proximity

Hukum ini berhubungan dengan prinsip kedekatan yang berfungsi untuk memfasilitasi pembentukan hubungan antara objek yang berdekatan.

#### 3. Law of Pragnanz

Manusia cenderung mencari kesederhanaan dan keteraturan dalam bentuk yang kompleks, karena hal ini membantu mencegah kebingungan saat memproses informasi.

#### 4. Law of Similarity

Menggunakan perbedaan visual yang jelas antara elemen-elemen yang berbeda kelompok sangat penting.

#### 5. Law of Uniform Connectedness

Elemen-elemen yang memiliki kesamaan dalam warna, garis, bingkai, atau bentuk cenderung dikategorikan sebagai kelompok fungsi yang terhubung.

### D. Usability Testing

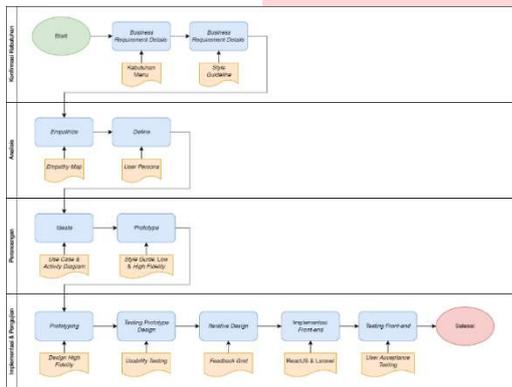
Usability testing adalah proses evaluasi terhadap aplikasi atau website yang telah dikembangkan untuk mengetahui seberapa mudah pengguna dapat menggunakannya dan seberapa baik pengalaman yang mereka dapatkan saat menggunakannya (Anirudha, 2022).

### E. User Acceptance Testing

Dalam pengembangan perangkat lunak, user acceptance testing atau UAT adalah tahap di mana perangkat lunak diuji secara langsung oleh pengguna targetnya. UAT merupakan tahap terakhir dalam pengujian perangkat lunak yang harus diselesaikan sebelum perangkat lunak tersebut mulai dipasarkan secara global. Tujuan dari UAT adalah memastikan bahwa perangkat lunak mampu menyelesaikan tugas-tugas yang sebenarnya dan memiliki performa sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan selama tahap pengembangan. Salah satu fokus pembagian test pada UAT adalah operational acceptance testing, yaitu lebih difokuskan kepada workflow dari perangkat lunak tersebut (Koban & Ferdianto, 2021).

III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dibuat yaitu, bagaimana cara merancang UI/UX *Design* pada tipe kepribadian *influence* dan bagaimana cara menyesuaikan dan menggabungkan UI/UX *Design* pada tipe kepribadian *influence* dan kebutuhan dari perusahaan. Adapun identifikasi kebutuhan untuk menjawab perumusan masalah tersebut, diperlukannya data tipe kepribadian dari *Marketing & Sales Unit* sebanyak-banyaknya untuk mencapai kelengkapan data tipe kepribadian DISC. Identifikasi produk/solusi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan merancang UI/UX *Design* pada tipe kepribadian *influence*. Pada rancangan tersebut akan lebih fokus untuk menyesuaikan *style guideline* yang ada di dalam *Website Marketing Kit* kepada calon *user* yang memiliki tipe kepribadian *influence*.



GAMBAR 3.1 Sistematisa Penyelesaian Masalah

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rancangan penelitian ini mencakup prosedur dan langkah-langkah yang akan diikuti, sumber data yang digunakan, metode perolehan data, serta metode penelitian yang akan diterapkan.

A. Model Konseptual

TABEL 4.1 Model Konseptual Penelitian

No	Konsep	Deskripsi
1	Tipe Kepribadian <i>Influence</i>	Tipe kepribadian <i>influence</i> memiliki beberapa karakteristik, seperti sifat pemimpin, komunikator yang baik, mudah bergaul, optimis, dan penyemangat.
2	Tarket Market	Target market akan diklasifikasikan berdasarkan tipe kepribadian <i>influence</i> pada <i>Marketing &amp; Sales Unit</i> yang paling sesuai dengan <i>prototype</i> yang akan dibuat.
3	Produk/Layanan	Produk atau layanan yang ditawarkan akan disesuaikan dengan tipe kepribadian <i>influence</i> yang menjadi market. Produk atau layanan juga akan dibuat dengan

		mempertimbangkan karakteristik tipe kepribadian <i>influence</i> yang paling sesuai.
4	<i>Marketing Kit</i>	<i>Website</i> untuk mengotomatisasikan proses pengelolaan informasi <i>product cataloge</i> maupun portfolio bisnis Mitratel hingga dapat diterima dan dipesan oleh para <i>tenant</i> .
5	Prototipe Sistem Informasi <i>Marketing Kit</i>	Sistem informasi marketing kit akan dibuat untuk membantu perusahaan dalam merancang <i>design Website Marketing Kit</i> yang sesuai dengan tipe kepribadian <i>influence</i> .
6	Implementasi	Sistem informasi <i>Marketing Kit</i> akan diimplementasikan oleh perusahaan untuk membantu dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif berdasarkan tipe kepribadian <i>influence</i> . Setelah implementasi, perusahaan dapat melakukan evaluasi dan pengembangan sistem informasi ini untuk meningkatkan efektivitasnya dalam membantu perusahaan dalam merancang dan menyusun <i>Marketing Kit</i> yang lebih sesuai dengan pengguna.

B. Proses Konfirmasi Kebutuhan *System* dan *Styleguideline*

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data tipe kepribadian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada seluruh karyawan pada *Marketing & Sales Unit*. Sedangkan pengumpulan data seputar preferensi pengguna dilakukan melalui *interview* atau wawancara langsung terhadap karyawan yang memiliki tipe kepribadian *influence* pada *Marketing & Sales Unit*. Informasi ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang *prototype Website Marketing Kit* yang sesuai dengan tipe kepribadian *influence*.

TABEL 4.2 *Business Requirement Details* Menu *Website Marketing Kit*

No	Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
1	Halaman <i>Login</i>	Berfungsi sebagai mekanisme autentikasi yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan kredensial (seperti nama pengguna dan kata sandi) untuk mengakses fitur-fitur tertentu yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang terotentikasi.

2	<i>Product Catalogue (Macro Cell &amp; Production Tools Profile)</i>	Berisikan sekumpulan produk eksisting dan produk yang sedang di <i>develop</i> atau dikembangkan. Termasuk didalamnya Portofolio Bisnis Mitratel dan <i>subsidiaries</i> .
3	<i>Business Calculator (Tower Leasing)</i>	Merupakan fitur untuk melakukan estimasi perhitungan biaya sewa <i>tower form</i> , selanjutnya estimasi tersebut akan ditampilkan pada <i>form estimated cost</i> . Fitur selanjutnya terdapat <i>form contract simulation</i> untuk melakukan simulasi pada kontrak yang akan dijalankan, setelah itu terdapat sebuah status pada <i>form estimated value</i> untuk menampilkan status dari kontrak tersebut.
4	<i>Customer Profile (Telkom Group)</i>	Merupakan rangkuman terkait informasi <i>profile tenant</i> dan <i>profile company</i> dari perusahaan yang sering bekerja sama dengan Mitratel. Selanjutnya pengguna juga dapat mengunduh rangkuman secara <i>detail profile</i> tersebut dalam bentuk PDF.
5	<i>Uploader</i>	Merupakan fitur untuk melakukan pengunggahan <i>file</i> dan melihat <i>history</i> dari <i>file</i> yang telah di <i>upload</i> . Pada <i>section history</i> , pengguna dapat melakukan <i>action CRUD (Create, Read, Update, Delete)</i> pada <i>file</i> yang telah di <i>upload</i> .
6	FAQ	Merupakan rangkuman dari pertanyaan yang sering muncul dari <i>customer</i> dan jawaban yang tepat sesuai pertanyaan. Berisikan pertanyaan atas produk utama Mitratel (Tower Makro, Mikro, Power to Tower, Fiber, <i>Edge Computing</i> ) dan Produk <i>subsidiaries (Project solution, Manage Service</i> dan Digital Bisnis).

TABEL 4. 3

*Business Requirement Details Style Guideline Website Marketing Kit*

No	<i>Style Guideline</i>	Deskripsi
1	<i>Color Palette</i>	Pemilihan warna pada <i>Website Marketing Kit</i> menggunakan warna dominan merah dan putih. Warna tersebut adalah ciri khas dari perusahaan Mitratel yang juga digunakan pada <i>website</i> atau aplikasi sebelumnya.

C. *Research User Interview*

Setelah melakukan *user interview* dan menanyakan beberapa pertanyaan kepada pengguna selanjutnya, dilakukan pembuatan rangkuman dari setiap poin yang menjadi tujuan dari *user interview*. Berikut adalah tabel rangkuman hasil dari *user interview* yang telah dilakukan:

TABEL 4. 4  
Tujuan dan Kesimpulan Wawancara

No	Tujuan Wawancara	Kesimpulan Wawancara
1	Mengetahui pendapat pengguna tentang <i>Website Marketing Kit</i> dan mengetahui fitur tertentu yang pengguna ingin coba atau merasa ada ketertarikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para pengguna merasa <i>Website Marketing Kit</i> dapat membantu berjalannya proses bisnis yang semakin efektif dan cepat</li> <li>Rata-rata para pengguna merasa tertarik ingin mencoba <i>Menu Business Calculator</i> dan <i>uploader</i></li> </ul>
2	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif <i>Menu Product Catalogue</i> untuk melihat semua produk portofolio Mitratel	Dengan adanya <i>Menu Product Catalogue</i> , para pengguna merasa menjadi lebih mudah serta efektif untuk melihat portofolio produk yang Mitratel tawarkan
3	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan <i>Menu Business Calculator</i> dan mengetahui apakah fitur tersebut akan memudahkan, efektif, dan dapat diandalkan oleh pengguna	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para pengguna merasa tertarik dengan Fitur Kalkulator Bisnis untuk mempercepat perhitungan biaya penyewaan <i>tower</i></li> <li>Rata-rata para pengguna merasa khawatir jika terdapat kesalahan perhitungan pada <i>Menu Business Calculator</i> dan membutuhkan informasi yang jelas dan terperinci tentang harga dan spesifikasi penyewaan <i>tower</i></li> </ul>
4	Mengetahui pendapat pengguna tentang seberapa efektif <i>Menu Customer &amp; Company Profile</i>	Dengan adanya <i>Menu Customer &amp; Company Profile</i> , para pengguna merasa menjadi lebih mudah serta efektif untuk melihat

	untuk menampilkan semua profil <i>customer</i> dan profil perusahaan dari <i>tenant</i>	semua profil <i>customer</i> dan profil perusahaan dari <i>tenant</i>
5	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif <i>Menu Customer &amp; Company Profile</i> untuk menampilkan semua profil <i>customer</i> dan profil perusahaan dari <i>tenant</i>	Dengan adanya <i>Menu File Uploader Form</i> , para pengguna merasa menjadi lebih mudah serta efektif untuk mengelola semua <i>file</i> yang berkaitan dengan proses bisnis penyewaan <i>tower</i> melalui Website <i>Marketing Kit</i> . Namun, pengguna menginginkan adanya <i>action</i> “ <i>edit</i> ” <i>file</i> dan fitur pengelompokkan data pada menu <i>uploader</i>
6	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>	Dengan adanya <i>Menu FAQ</i> , para pengguna merasa menjadi lebih mudah serta efektif untuk mendapatkan sebuah jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh <i>tenant</i> melalui Website <i>Marketing Kit</i>
7	Mengetahui pendapat pengguna tentang seberapa efektif <i>Menu Production Tools Profile</i> untuk menampilkan sebaran alat produksi Mitratel	Dengan adanya <i>Menu Production Tools Profile</i> , para pengguna merasa menjadi lebih mudah serta efektif untuk melihat sebaran alat produksi Mitratel
8	Mengetahui pendapat pengguna tentang penggunaan <i>style guideline</i> ( <i>color palette, typography, shape, icon</i> ) yang digunakan pada Website <i>Marketing Kit</i>	Pengguna mengusulkan untuk mengubah beberapa <i>font</i> yang masih kurang ramah dan <i>icon</i> yang masih belum konsisten pada beberapa halaman

D. Empathy Map

*Empathy map* adalah alat yang digunakan pada proses *empathize* dalam *design thinking* untuk membantu memahami secara lebih mendalam perspektif pengguna atau pelanggan. *Empathy Map* memiliki empat bagian yang merujuk pada pengguna katakan (*says*), lakukan (*does*), pikirkan (*thinks*), dan rasakan (*feels*). Dengan menggunakan *Empathy Map*, pengumpulan informasi tentang pengguna menjadi lebih sistematis dan terstruktur.



GAMBAR 4.1 Empathy Map Website Marketing Kit

Setelah membuat *Empathy Map* pada gambar diatas, dilakukan pengelompokkan ulang informasi yang diperoleh dari pengguna berdasarkan *Pain* dan *Expectation* yang diungkapkan oleh pengguna. Berikut adalah tabel rangkuman dari hasil pengelompokan *Pain* dan *Expectation* dari pengguna Website Marketing Kit:

TABEL 4.5 Pain dan Expectation Website Marketing Kit

Pain	Expectation
Merasa Kesulitan mendapatkan informasi yang terperinci tentang detail spesifikasi penyewaan <i>tower</i> pada menu <i>business calculator</i>	Harapannya mendapatkan informasi yang terperinci tentang detail spesifikasi penyewaan <i>tower</i> pada menu <i>business calculator</i>
Merasa kesulitan jika tidak terdapat <i>action</i> “ <i>edit file</i> ” pada <i>file</i> yang telah di upload di menu <i>uploader</i>	Harapannya mendapatkan <i>action</i> “ <i>edit file</i> ” pada <i>file</i> yang telah di upload di menu <i>uploader</i>
Merasa kesulitan jika tidak terdapat pengelompokkan data yang telah di upload pada menu <i>uploader</i>	Harapannya mendapatkan pengelompokkan data yang telah di upload pada menu <i>uploader</i>
Masih terdapat <i>font</i> (Josefin Sans) yang kurang ramah untuk digunakan pada beberapa halaman website	Harapannya untuk pemilihan <i>font</i> menggunakan yang lebih ramah untuk digunakan pada beberapa halaman website
Untuk ikon dan element yang digunakan masih terlihat belum konsisten	Harapannya terdapat konsistensi pemilihan ikon dan element yang digunakan

E. User Persona

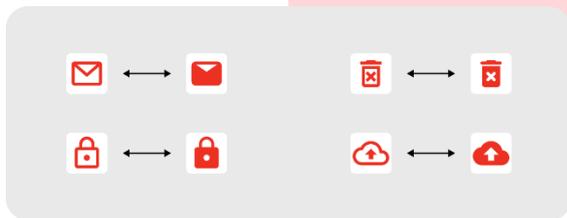
Setelah melakukan *user interview* dengan pengguna dan membuat *Empathy Map*, data yang telah diperoleh diolah untuk mendapatkan gambaran singkat mengenai *User Persona* yang mencakup tiga bagian informasi yaitu profil pengguna, tujuan, serta masalah yang dihadapi. Setiap bagian informasi tersebut didasarkan pada data yang diperoleh dari *Empathy Map*.





GAMBAR 4.6  
Shape Website Marketing Kit

Tipe kepribadian *influence* cenderung kreatif, unik, dan menarik perhatian, sehingga ikon yang menarik dan unik dapat menarik minat mereka. Ikon yang terdapat pada *Website Marketing Kit* memiliki karakteristik tepi yang membulat pada sudut ikon dan mempunyai tipe yang berbeda seperti *outline* dan *fill* ikon.



GAMBAR 4.7  
Icon Website Marketing Kit

H. Prototyping

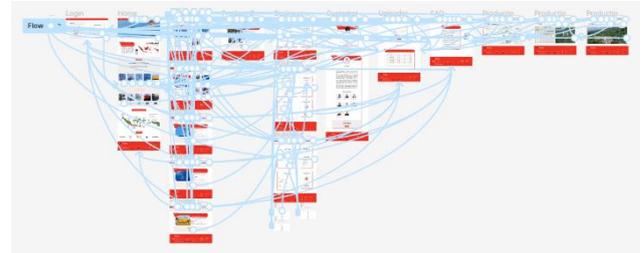
TABEL 4.6  
Contoh Low Fidelity

Low-Fidelity Halaman Login
<b>Deskripsi</b> Contoh low fidelity pada halaman login

TABEL 4.7  
Contoh High Fidelity

High Fidelity Halaman Login
<b>Deskripsi</b> Contoh high fidelity pada halaman login

Setelah menyelesaikan proses desain *high fidelity* selanjutnya, dilakukan pembuatan *prototype* dari *Website Marketing Kit* sebelum dilakukan *usability testing*. *Prototype* tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana aplikasi akan berjalan dan memberikan gambaran kepada pengguna tentang fungsionalitas sistem yang telah dibuat.



GAMBAR 4.8  
Prototyping Website Marketing Kit

I. Usability Testing Prototype Design

Pada tahapan *Usability Testing* ini, bertujuan 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*. Adapun Skenario yang dimanfaatkan untuk melakukan pengujian simulasi kepada pengguna dalam menggunakan *flow prototype design* yang telah dirancang. Berikut merupakan ringkasan skenario yang telah disusun dalam format tabel.

TABEL 4.8  
Contoh Skenario User Testing

Goal Task	Menilai tingkat kemudahan dan tampilan untuk menggunakan menu <i>login</i>
Skenario	Saat ini anda ingin mencoba menu dan fitur <i>Website Marketing Kit</i>
Task	Melakukan <i>login</i> pada <i>Website Marketing Kit</i>
Sukses Metrik	Pengguna berhasil menyelesaikan <i>task</i> dan berhasil masuk ke <i>Website Marketing Kit</i>

Setelah menyelesaikan desain *user interface*, dilakukan *Usability Testing* pada perancangan desain *Website Marketing Kit*. Pengujian ini melibatkan 5 pengguna yang sebelumnya telah diwawancarai. Pengujian dilakukan secara daring melalui *platform Zoom Meeting* dan *testing tools Maze*. Selanjutnya, digunakan pengukuran *SEQ* untuk menilai kinerja *Website Marketing Kit*. Hasil pengukuran *SEQ* dari *Usability Testing* telah disajikan dalam tabel berikut.

TABEL 4.9  
Contoh Hasil Usability Testing

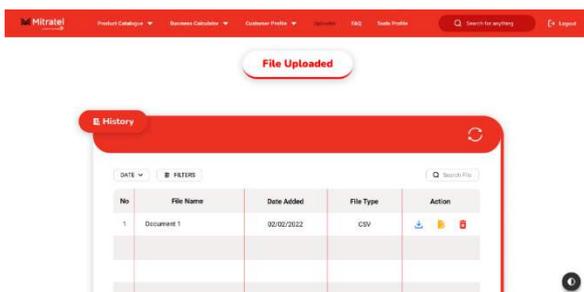
Task	Waktu	Status Penyelesaian	Skor SEQ
1	27 Detik	Selesai	7
2	105,8 Detik	Selesai	7
3	106,1 Detik	Selesai	7
4	35,4 Detik	Selesai	7
5	30,9 Detik	Selesai	7

6	2,3 Detik	Selesai	7
7	21,5 Detik	Selesai	7
8	4 Detik	Selesai	7
Rata-rata Skor SEQ			7

TABEL 4. 10  
Contoh Hasil SEQ Test

	User 1	User 2	User 3	User 4	User 5
Skor Rata-rata	7	6,37	6,37	6,62	6,5
Total Skor SEQ	6,57				

Hasil pengujian terhadap *prototype design* menghasilkan skor 6,57. Rata-rata pengguna merasa keseluruhan *flow* dan *design* pada *Website Marketing Kit* sudah cukup dimengerti dengan mudah. *Flow* untuk sistem navigasi dari semua menu sudah terstruktur dan mudah dipahami, sehingga memudahkan untuk *multitasking*. Untuk informasi yang disajikan tidak berlebihan, serta keseluruhan menu mudah dipahami. Namun, ada beberapa pengguna yang masih memberikan sedikit *feedback* terhadap *prototype design* yang diujikan. Sehingga pada tahap selanjutnya, dilakukan tahap *iterative design prototype* setelah dilaksanakan *usability testing*.



GAMBAR 4. 9

Contoh Penyesuaian Penyesuaian Ikon Action CRUD

#### J. User Acceptance Testing

Untuk memverifikasi implementasi desain dan alur aplikasi, dilakukan *User Acceptance Testing* untuk memastikan kesesuaian dengan *Task Flow* yang diharapkan oleh pengguna. UAT yang dilakukan menggunakan *operational acceptance testing*, yaitu lebih difokuskan kepada *Task Flow* dari perangkat lunak. Uji coba ini dilakukan terhadap hasil implementasi *front-end* yang telah dibuat. Berikut ini adalah *Task Flow* yang akan diujikan:

1. Login
2. Logout
3. Mengganti Tema Desain
4. Melihat *Product Catalogue (Macro Cell & Production Tools Profile)*
5. Perhitungan Biaya Sewa Tower (*Tower Leasing*)
6. Melihat *Customer & Company Profile (Tenant Telkomsel)*
7. Upload File
8. Melihat FAQ

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 alur tugas yang dirancang dapat

dijalankan dengan baik dalam *website*. Berikut adalah pengujian *Task Flow* dari hasil implementasi *front-end*:

GAMBAR 4. 10  
*User Acceptance Testing*

Task	Flow	Hasil Pengujian	
		Accept	Reject
Login	Mengisi form login	✓	
	Klik tombol login	✓	
Logout	Klik tombol logout	✓	
Mengganti Tema Desain	Klik tombol tema desain	✓	
	Klik tombol desain 1	✓	
	Klik tombol desain 2	✓	
	Klik tombol desain 3	✓	
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 (Tower Leasing)	Klik navigasi business calculator	✓	
	Klik navigasi tower leasing	✓	
	Mengisi form calculator	✓	
	Klik tombol generate	✓	
	Mengisi form contract simulation	✓	
Melihat Customer & Company Profile (Tenant Telkomsel)	Klik tombol save to uploader	✓	
	Klik navigasi customer profile	✓	
	Klik navigasi Telkom Group	✓	
	Klik navigasi Telkomsel	✓	
Upload File	Klik tombol download PDF	✓	
	Klik navigasi uploader	✓	
Upload File	Klik navigasi uploader	✓	
	Klik tombol upload	✓	

	Klik tombol <i>download</i>	✓	
	Klik tombol <i>edit</i>	✓	
	Klik tombol <i>delete</i>	✓	
Melihat FAQ	Klik navigasi FAQ	✓	

Setelah melakukan uji coba, dilakukan evaluasi terhadap hasil pengujian tersebut. *Task Flow* yang diuji pada pengguna sesuai dengan apa yang diujikan selama *Usability Testing*. Berdasarkan hasil *User Acceptance Testing* yang dilakukan, ditemukan bahwa semua *task* yang diberikan dapat beroperasi dengan lancar dan diterima secara positif oleh semua pengguna yang terlibat dalam pengujian.

#### I. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Dari perolehan hasil skor SEQ sebesar 6,57, mencerminkan bahwa penggunaan *style guideline* dan prinsip-prinsip Gestalt yang digunakan pada tahap *prototype* sudah cukup tepat. Dimulai dari pemilihan *color palette* (merah, putih, abu-abu, dan biru), pemilihan *font typography* (Roboto dan Nunito), pemilihan *shape* (*circles*, *ovals*, *ellipses*, *abstract*, dan *rounded edges*), dan pemilihan *icon* yang unik telah disesuaikan untuk tipe kepribadian *influence*. Sehingga *prototype design* yang dihasilkan akan cenderung sesuai dengan preferensi tipe kepribadian *influence*.

Berdasarkan hasil *User Acceptance Testing* yang dilakukan, ditemukan bahwa semua *task* yang diberikan dapat beroperasi dengan lancar dan diterima secara positif oleh semua pengguna yang terlibat dalam pengujian. Pengujian dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan hasil positif karena adanya persiapan yang matang sebelum pengujian dilakukan. Penelitian ini telah melakukan tahap persiapan yang meliputi pengembangan skenario pengujian yang jelas dan pemilihan pengguna yang sesuai dengan profil target.

## V. KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan dan implementasi pada *Website Marketing Kit* memiliki beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ini, telah dikembangkan pendekatan merancang *UI/UX Design* yang sesuai dengan tipe kepribadian *influence* menggunakan metode *design thinking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memperoleh pemahaman mendalam tentang pengguna dengan tipe kepribadian *influence* dan mengikuti *style guideline* yang sesuai dengan tipe kepribadian tersebut, dapat menghasilkan desain yang memenuhi preferensi mereka. Hasil pengujian terhadap *prototype design* menunjukkan skor SEQ 6,57, yang menunjukkan bahwa pengguna secara umum merasa nyaman dan mudah memahami keseluruhan *flow* dan *design* pada *Website Marketing Kit*.

2. Penelitian ini juga menghasilkan pendekatan untuk menyesuaikan dan menggabungkan *UI/UX Design* yang sesuai dengan tipe kepribadian *influence* dan *business requirement details* dari perusahaan. Dengan memadukan pemahaman tentang karakteristik kepribadian pengguna dengan persyaratan bisnis perusahaan, desain yang komprehensif dan relevan dapat dikembangkan. Hal ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kepuasan pengguna dan mencapai tujuan bisnis perusahaan.
3. Selain itu, penelitian ini menghasilkan pengembangan *prototype design Website Marketing Kit* menggunakan *ReactJS* untuk framework front-end. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan framework *ReactJS* dalam mengembangkan *prototype design Website Marketing Kit* memungkinkan pengembangan yang efisien. Dengan menggunakan *ReactJS*, dapat diciptakan tampilan interaktif dan menarik untuk *prototype* tersebut. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan desain *UI/UX* yang inovatif, memastikan interaksi yang lancar dengan pengguna, dan meningkatkan pengalaman pengguna pada *Website Marketing Kit*.

#### B. Saran

Berdasarkan batasan penelitian yang telah ditetapkan, adapun rekomendasi yang berguna untuk penelitian lanjutan. Berikut adalah saran-saran yang disampaikan:

Untuk penelitian selanjutnya:

1. Melibatkan pengujian preferensi desain berdasarkan tipe kepribadian *influence*. Selain melakukan *usability testing*, lakukan juga penelitian untuk membuktikan pemilihan preferensi desain yang sesuai dengan tipe kepribadian *influence*. Hal ini dapat dilakukan melalui pengumpulan data dari responden dengan tipe kepribadian *influence* yang berbeda dan menganalisis preferensi desain mereka secara lebih terperinci.
  2. Melibatkan variasi menu produk pada perancangan menu. Gunakan beberapa contoh menu *product catalogue*, menu *business calculator*, dan menu *customer profile* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana tipe kepribadian *influence* mempengaruhi preferensi dalam navigasi dan tampilan menu produk. Dengan melibatkan variasi menu, hasil penelitian dapat lebih mewakili preferensi yang lebih luas dari tipe kepribadian *influence*.
  3. Melibatkan pembuatan 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 memungkinkan pengujian dan pengamatan terhadap pengalaman pengguna yang lebih luas dan beragam.
- Mempertimbangkan pengembangan *website* yang melibatkan aspek lainnya seperti sisi pengelola atau admin. Selain fokus pada sisi pengguna atau user, melibatkan pengembangan sisi admin akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang kebutuhan dan preferensi dari perspektif pengelola *website*. Hal ini akan membantu meningkatkan keseluruhan kualitas *website* dan pengalaman pengguna secara menyeluruh

## REFERENSI

- Andriana, M. (2021, May 21). *Laws of UX – Gestalt*. Retrieved from sis.binus.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2021/05/21/laws-of-ux-gestalt/>
- Anirudha, A. (2022, August 18). *7 Metode Usability Testing*. Retrieved from sis.binus.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2022/08/18/7-metode-usability-testing/#:~:text=Usability%20testing%20merupakan%20praktik%20pengujian,menggunakan%20aplikasi%20atau%20website%20tersebut.>
- Herlinda, M., Aripin, & Siregar, N. (2020). *Proses Berpikir Kritis dan Kesalahan Peserta Didik Dalam Memecahkan Masalah Matematika Ditinjau dari Tipe Kepribadian Dominance-Influence*, 158-159. doi:<https://doi.org/10.31943/mathline.v5i2.161>
- Koban, M. B., & Ferdianto. (2021, November 26). *User Acceptance Testing*. Retrieved from sis.binus.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2021/11/26/user-acceptance-testing/>
- Laboratory, B. M. (2019, December 9). *KARAKTER MANUSIA SECARA DISC*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/bbslab/2019/12/karakter-manusia-secara-disc/>
- Naser, A., Syafwandi, & Ahdi, S. (2018). *PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE HALAMAN WEBSITE PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS NEGERI PADANG*, 2. doi:<https://doi.org/10.24036/dekave.v8i1.100136>
- Perdana, I., Santosa, P. I., Setiawan, N. A., & Wimbarti, S. (2021). *Confirmation of Personality Types Using Visual Evoked Potential with User Interface Design Stimulus*. doi:<https://doi.org/10.3844/jcsp.2021.1138.1146>
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). *REVOLUSI INDUSTRI 4.0 : PERAN TEKNOLOGI DALAM EKISTENSI PENGUSAHAAN BISNIS DAN IMPLEMENTASINYA*, 92. doi:<https://doi.org/10.26486/jpsb.v9i2.2103>
- Swarnadwitya, A. (2020, March 17). *Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya*. Retrieved from sis.binus.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>