

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1. Deskripsi Umum

User Interface (UI) dan *User Experience* (UX) adalah dua konsep penting dalam pengembangan produk digital. Meskipun sering disalahartikan UI dan UX sebenarnya memiliki fokus yang berbeda. *User Experience* mengacu pada pengalaman yang dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk tersebut, mencakup faktor kegunaan, efisiensi, dan aksesibilitas. UX menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa (Wiryawan, 2011).

Tujuan utama dari UX adalah untuk menciptakan produk yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna, serta memberikan kepuasan secara keseluruhan. UX mempertimbangkan alur penggunaan, dari proses awal hingga akhir, serta memastikan bahwa pengguna tidak menghadapi hambatan atau kesulitan. Selain itu juga melibatkan pemahaman bagaimana elemen-elemen UI bekerja bersama untuk memberikan pengalaman yang lancar dan menyenangkan. Dengan kata lain, UX berfokus pada bagaimana pengguna merasakan dan berinteraksi.

Di sisi lain, *user interface* merupakan serangkaian tampilan grafis yang dapat dimengerti oleh pengguna komputer dan diprogram sedemikian rupa sehingga dapat terbaca oleh sistem operasi komputer dan beroperasi sebagaimana mestinya (Rifda Faticha Alfa Aziza, 2019). UI berkaitan dengan unsur visual dan interaktif, yaitu bagaimana tampilan serta cara pengguna berinteraksi dengan elemen-elemen seperti tata letak, warna, tipografi, tombol, dan ikon. Desain UI yang baik menciptakan antarmuka yang estetis, konsisten, dan mudah digunakan sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami dan memanfaatkan fitur-fitur produk tanpa kesulitan. Elemen UI dirancang untuk memastikan pengguna mendapatkan pengalaman visual yang menarik sekaligus nyaman saat menggunakan produk, baik aplikasi, situs web, maupun perangkat lunak lainnya.

	UI (User Interface)	UX (User Experience)
Tujuan	Membuat tampilan produk lebih menarik	Memberikan kenyamanan saat memakai produk
Fokus	Berfokus kepada tampilan yang bagus	Berfokus kepada kenyamanan pengguna
Elemen	Warna, Foto, Video, Tombol, Tipografi, animasi, dll.	Navigasi, Usability, Struktur desain, interaksi, fitur-fitur, dll
Based On	Berdasarkan riset desain dan konsep produk	Berdasarkan riset preferensi pengguna
Tools	Aplikasi desain grafis: Photoshop, CorelDraw, Canva, dll.	Aplikasi Prototyping: Figma, Adobe XD, dll.
Pre-building	Berbentuk Mockup	Berbentuk Wireframe & Prototype
Skill	Creative Thinking, branding design, graphic design.	Riset, Critical thinking, problem solving, wireframing, dll.

Gambar 3.1 Perbedaan UI & UX

Secara sederhana, UI berhubungan dengan bagaimana sebuah produk terlihat dan berfungsi secara visual, sementara UX berfokus pada bagaimana penggunanya berinteraksi dengan produk tersebut secara keseluruhan. UI memberikan pengalaman visual dan interaksi yang jelas dan menarik, sedangkan UX menciptakan pengalaman penggunaan yang efektif, efisien, dan memuaskan. Keduanya bekerja bersama untuk menciptakan sebuah produk yang tidak hanya berfungsi secara teknis tetapi juga menyenangkan dan bermanfaat bagi pengguna.

Semakin banyak perusahaan kini beralih ke arah marketing digital untuk mendapatkan lebih banyak atensi. Salah satunya adalah PT Alfajri Creative Agency. Marketing digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Saat ini sudah banyak perusahaan sejenis *Digital Printing* yang memanfaatkan situs web sebagai tempat melakukan transaksi atau menjadikan situs web mereka sebagai *E-Commerce*. Mereka menawarkan produk secara terang-terangan dengan membuat desain situs web menjadi seperti platform *E-Commerce*. PT Alfajri Creative Agency memiliki visi lain yaitu dengan sebuah situs web yang memperkenalkan produk secara *Soft selling*.

Soft selling adalah teknik penjualan yang bertujuan untuk mempengaruhi calon pelanggan secara halus, tanpa adanya tekanan atau pemaksaan. Metode ini berfokus untuk membangun hubungan, kepercayaan, dan memberikan perusahaan nilai lebih kepada pelanggan, sehingga keputusan untuk membeli datang secara alami dari sisi pelanggan. Dengan metode *Soft selling*, PT Alfajri Creative Agency menggunakan situs web sebagai media untuk memperkenalkan produk mereka sekaligus membangun kepercayaan calon pelanggan.

Pendekatan yang dilakukan oleh PT Alfajri Creative Agency adalah kepercayaan, dimana pendekatan tersebut dicapai dengan cara memberikan kesempatan pelanggan loyal untuk menceritakan pengalaman mereka untuk dimasukkan kedalam situs web. Pengalaman ini nantinya akan dikumpulkan dalam satu halaman agar orang lain dapat membaca dan berharap mendapatkan kepercayaan. Selain kepercayaan, PT Alfajri Creative Agency juga ingin memberikan edukasi mengenai pengetahuan umum produk yang mereka tawarkan. Selain menambah informasi bagi pelanggan, hal ini juga bertujuan agar pelanggan tau persis apa yang mereka butuhkan sebelum datang ke PT Alfajri Creative Agency.

Selain memberikan informasi dan edukasi, halaman website juga nantinya akan mengarahkan pengunjung untuk

3.2. Bidang Kerja

Dalam Proyek pembuatan Webiste PT Alfajri Creative Agency, praktikan bertugas untuk menjadi UI & UX desainer. Ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk melangsungkan proyek Webiste PT Alfajri Creative Agency, diantaranya:

- a. Membuat Timeline Proyek: Praktikan berdiskusi dengan pemilik PT Alfajri Creative Agency untuk menentukan timeline project. Pembuatan Timeline proyek membantu mengidentifikasi tahapan-tahapan proyek, dari awal hingga akhir. Serta memberikan batas waktu bagi tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan guna memastikan proyek selesai tepat waktu.
- b. Identifikasi Kebutuhan Pengguna: Selanjutnya dilaksanakan tahapan identifikasi kebutuhan pengguna dengan metode observasi. Tujuan dari analisis kebutuhan pengguna ini adalah untuk mendapatkan data kebiasaan klien di PT Alfajri Creative Agency yang nantinya akan menjadi tolak ukur pembuatan *User Experience* website.
- c. Pembuatan *User Flow*: Setelah mendapatkan data kebutuhan klien, selanjutnya adalah pembuatan *user flow*. *User flow* merupakan urutan langkah pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan digital, seperti aplikasi atau situs web. Dalam perancangan *user flow*, setiap langkah dirancang untuk memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah berpindah dari satu tahap ke tahap lainnya.
- d. *Web Flow*: Setelah merancang *user flow*, tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah membuat *web flow*. Dimana dalam tahap ini akan dipetakan urutan halaman website dari awal hingga akhir. Dengan tetap memastikan kemudahan akses bagi pengguna.
- e. Wireframe: Wireframe adalah representasi visual sederhana dari tata letak halaman atau layar dalam sebuah aplikasi. Wireframe juga berfokus pada pengorganisasian isi dan navigasi, membantu pembuat desain dan pengembang memahami bagaimana elemen-elemen tersebut akan diatur dan diakses oleh pengguna.

3.3. User Flow

User Flow adalah serangkaian tugas atau langkah yang perlu pengguna lalui dari awal hingga akhir untuk dapat menjalankan suatu fungsi atau fitur (Istiqomah Br Karo Sekali, 2023). Menurut Sanity.io user flow atau dikenal sebagai alur UX, adalah representasi visual dari perjalanan yang dilakukan pengguna saat berinteraksi dengan produk, baik itu aplikasi, situs web, atau antarmuka digital apa pun. Seperti pemetaan rute langkah demi langkah yang diikuti pengguna dari interaksi awal hingga mencapai tujuan. Dalam pembuatan website di PT Alfajri Creative Agency, user flow dibuat untuk menandakan alur saat pengguna memakai website.

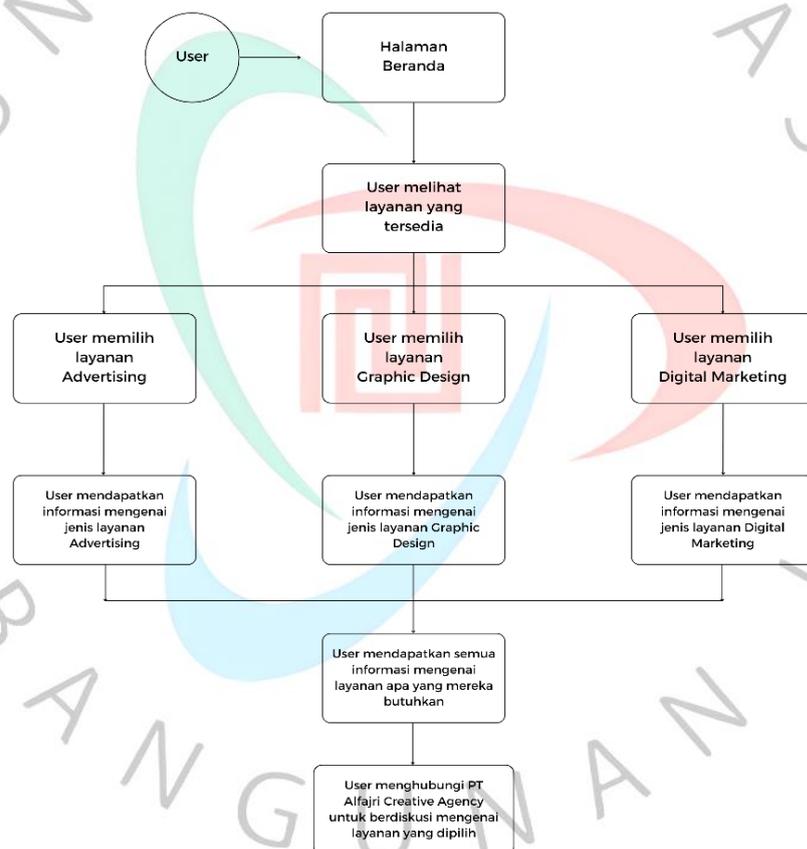


Diagram 3.2 User Flow

Setelah mendapatkan data tentang kebutuhan pengguna nya, maka selanjutnya adalah membuat alur pengguna yang sesuai untuk memaksimalkan UX atau interaksi pengguna. Dalam website yang akan dibuat di PT Alfajri Creative Agency user flow nya akan dibuat agar pengguna mendapatkan informasi penting mengenai layanan yang

ditawarkan. Maka dari itu, website akan diawali dengan tampilan beranda. Pada halaman beranda akan ditampilkan menu berbagai layanan yang tersedia. Selanjutnya pengguna akan memilih layanan yang mereka butuhkan. Setelah masuk ke halaman layanan akan ditampilkan berbagai informasi yang dibutuhkan. Dimulai dari pengertian, tujuan, fungsi, keunggulan, kekurangan, dll.

Informasi umum mengenai layanan yang ditawarkan pada halaman deskripsi produk nantinya akan menjadi masukan bagi pengguna untuk memutuskan layanan apa yang mereka butuhkan. Lalu pengguna bisa langsung memutuskan produk atau jasa apa yang akan mereka pesan. Ini tentunya mempermudah pekerjaan bagi staff PT Alfajri Creative Agency, karena staff tidak perlu menjelaskan dari awal tentang deskripsi produk, karena pengguna sudah mendapatkan masukan dari halaman website yang mereka baca.

Setelahnya, pengguna akan menghubungi kontak PT Alfajri Creative Agency untuk memesan. Tahapan ini merupakan tahapan akhir website dengan output pengunjung akan memesan jasa atau produk yang sudah mereka lihat di website sebelumnya.

3.4. Alur Web

Alur Web merupakan tahapan atau urutan dari halaman-halaman website. Alur website biasanya dibuat berdasarkan rangkaian User Flow, tujuannya agar interaksi website tetap maksimal di setiap halamannya. Dalam sebuah alur web, terdapat sebuah halaman yang menjadi landasan dari halaman-halaman lainnya, halaman tersebut merupakan halaman beranda.

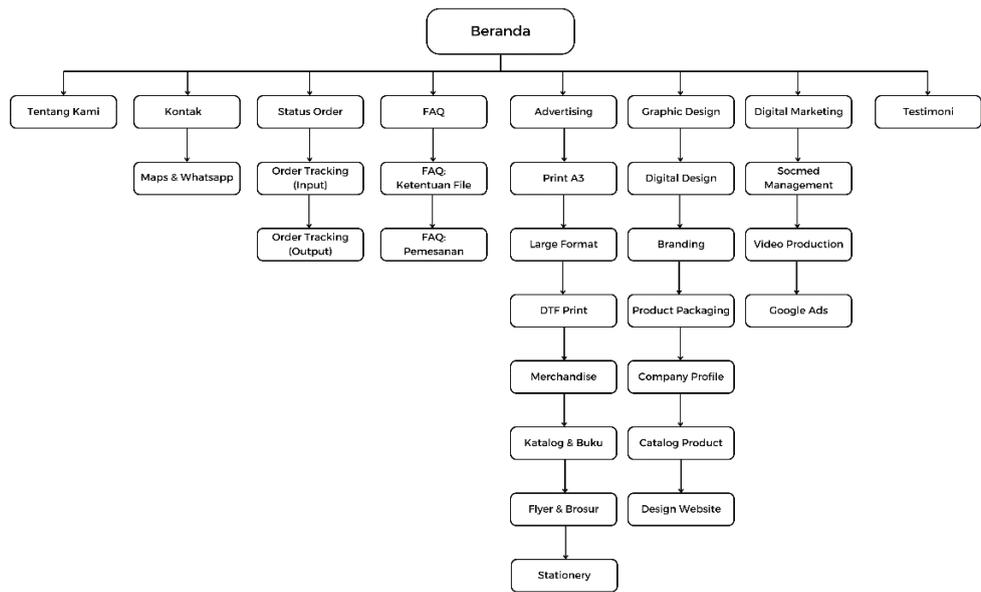


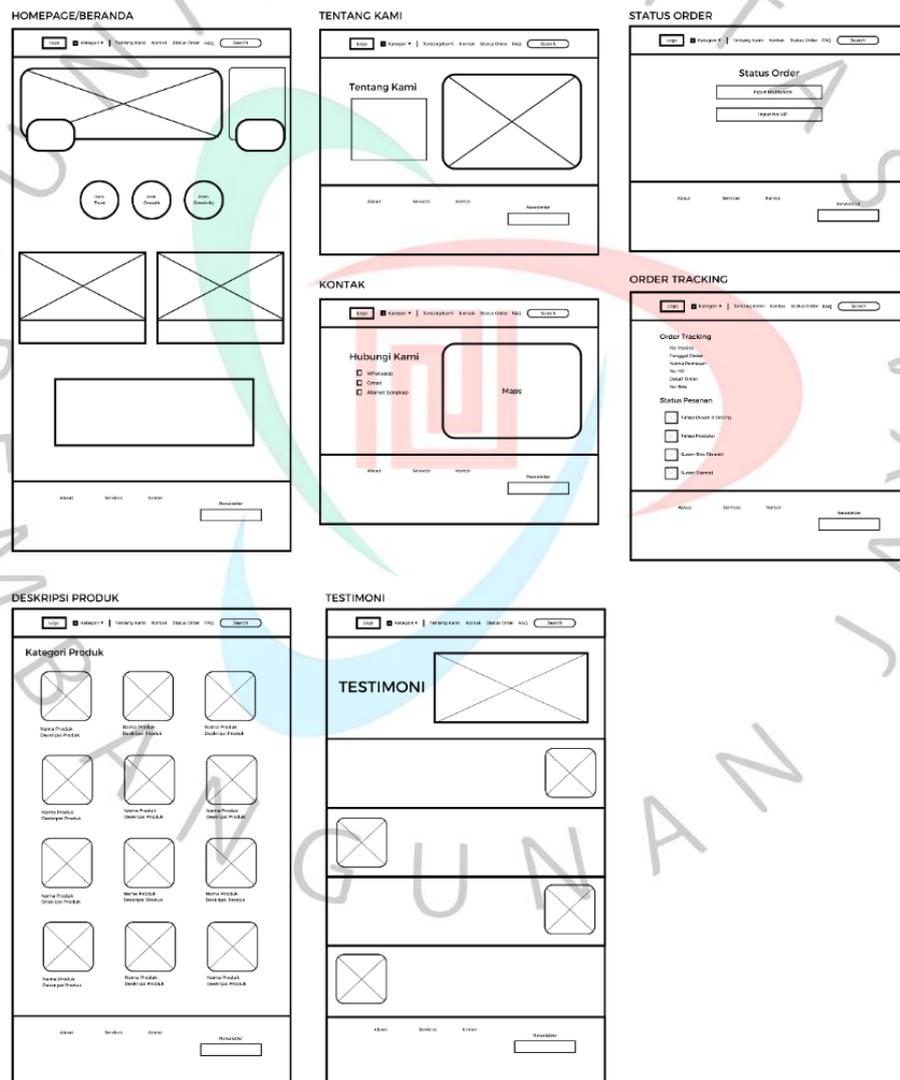
Diagram 3.3 Web Flow

Halaman beranda ini mencakup berbagai hal-hal penting yang mendasari terbentuknya sebuah website. Karena halaman ini merupakan halaman yang pertama kali dilihat oleh pengguna saat masuk ke situs web. Halaman ini mencakup elemen penting seperti navigasi utama, ringkasan produk atau layanan, tautan ke halaman-halaman lain, serta elemen visual yang menarik perhatian. Fungsi halaman beranda ini adalah untuk membantu pengunjung menemukan informasi yang di cari dengan mudah, serta mengarahkan untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mendaftar, membeli produk, atau menghubungi perusahaan. Halaman ini juga penting untuk menciptakan kesan pertama yang baik dan memastikan pengguna tetap tertarik untuk menjelajahi lebih lanjut.

Karena tujuan website yang akan dibuat oleh PT Alfajri Creative Agency merupakan website informasi produk dan layanan, maka langkah utama website dibuat sesederhana mungkin, agar pengguna dapat mendapatkan informasi dengan cepat tanpa harus berpindah-pindah halaman.

3.5. Wireframe

Wireframe adalah representasi visual sederhana dari tata letak halaman atau layar dalam sebuah website. Berfungsi sebagai kerangka dasar desain dan biasanya dibuat dalam bentuk sketsa atau diagram. *Wireframe* menunjukkan struktur dasar elemen seperti *header*, navigasi, gambar, dan konten teks tanpa detail grafis atau warna. Dalam website yang dibuat untuk PT Alfajri Creative Agency, terdapat 7 jenis *wireframe*, yang merupakan 7 halaman utama website. Wireframe yang dibuat untuk website PT Alfajri Creative Agency yaitu:



Gambar 3.2 Wireframe

Pada bagian menu di atas website (*header*), terdapat logo perusahaan yang menjadikan wakil identitas perusahaan. Disampingnya terdapat

kategori menu layanan, dari kategori tersebut, jika di klik akan muncul *menu floating* yang berisi semua layanan PT Alfajri Creative Agency. Menu ini mengarahkan pengguna langsung ke halaman layanan yang dipilih, agar alur website tetap berjalan dengan efektif.

3.6. Halaman Web

3.6.1. Homepage (Beranda)



Gambar 3.3 Header & Footer

Pada bagian *header & footer*, warna background yang akan dipakai adalah dominan merah sesuai dengan logo dan identitas perusahaan. Tombol yang ada di footer terdiri dari kategori, tentang kami, kontak, status order, FAQ, dan pencarian. Semua tombol ini mengarahkan ke halaman-halaman penting web, maka dari itu ada di paling atas setiap halaman. Untuk menu lainnya akan muncul jika bagian kategori di klik. *Floating menu* berisi pilihan halaman yang dapat di klik sesuai dengan menu yang dibutuhkan.

Pada *footer* website, terdapat deskripsi singkat perusahaan, kategori layanan, informasi kontak perusahaan, dan informasi media sosial. Tujuannya agar pengguna dapat langsung diarahkan ke *marketplace* yang tersedia, atau menghubungi kontak perusahaan jika sudah mendapatkan informasi lengkap mengenai layanan produk.

Header dan Footer ini akan selalu muncul di setiap halaman website, karena tujuannya adalah untuk memberikan kemudahan pengguna saat mencari halaman, atau informasi mengenai produk dan perusahaan.



Gambar 3.4 Halaman Beranda (Homepage)

Pada halaman ini ditampilkan deskripsi singkat mengenai layanan dan produk yang ditawarkan. Selain itu terdapat juga visi perusahaan, cerita singkat mengenai perusahaan, dan navigasi menu yang mengarahkan pengguna ke halaman-halaman lainnya. Untuk tampilan grafis menggunakan warna gradasi merah dan kuning dengan hiasan pesawat kertas sebagai pengarah pengunjung untuk melihat halaman website sampai paling bawah.

3.6.2. Tentang Kami & Kontak

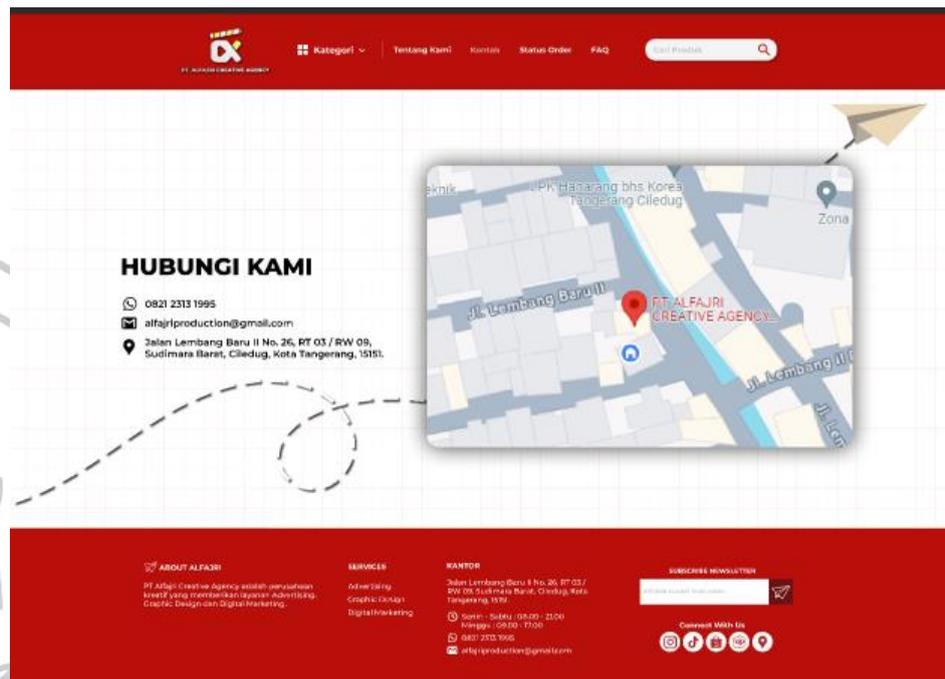
Halaman Tentang Kami difokuskan kepada sejarah singkat perusahaan, tahun didirikan, dan terdapat sebuah foto untuk menggambarkan suasana perusahaan.

Pada halaman kontak akan ditampilkan semua jenis kontak perusahaan dari nomor telepon, nomor WhatsApp, Email, Link Marketplace, dan alamat. Terdapat juga tampilan mini map untuk melihat lokasi perusahaan. Peta ini juga terhubung dengan aplikasi *Google Maps* jika di klik.



Gambar 3.5 Halaman Tentang Kami

Halaman kontak adalah cara utama bagi pengunjung untuk mendapatkan informasi kontak langsung, seperti nomor telepon, alamat email, atau alamat fisik, jika mereka ingin berinteraksi dengan perusahaan. Dengan menyediakan informasi kontak yang jelas dan valid, halaman ini membantu membangun kepercayaan pengguna. Pengunjung merasa lebih yakin bahwa mereka berinteraksi dengan perusahaan yang nyata dan profesional yang siap memberikan respon atas kebutuhan atau masalah mereka.



Gambar 3.6 Halaman Kontak

3.6.3. Status Order & Order Tracking

Pada beberapa kasus, klien PT Alfajri Creative Agency sering menanyakan mengenai barang yang mereka pesan. Hal ini dikarenakan pengguna membutuhkan kepastian status barang mereka. Maka dari itu, akan dibuat halaman Status Order. Status Order merupakan halaman pembuka bagi pelanggan yang sudah memesan produk atau layanan di PT Alfajri Creative Agency. Pada halaman ini pengguna menginput nomor Invoice yang sudah diberikan dan nomor hp untuk melacak pesannya.

Halaman ini merupakan halaman lanjutan dari halaman Status Order. Setelah pengguna menginput nomor Invoice dan nomor hp, akan ditampilkan urutan pesanan mereka. Urutannya terdiri dari, Pesanan Sedang Proses Desain/Setting – Pesanan Sedang di Produksi – Pesanan Sudah Bisa Diambil – Pesanan Sudah Diambil. Nantinya akan ditampilkan salah

satu dari 4 urutan sesuai dengan status pesanan.

The screenshot shows a web interface for checking order status. At the top, there is a red navigation bar with the company logo 'ARDA ALPARI' and links for 'Kategori', 'Tentang Kami', 'Kontak', 'Status Order', and 'FAQ'. A search bar is located on the right side of the header. The main content area is white with a light gray grid background. It features a title 'STATUS ORDER' in red. Below the title, there are two input fields: 'Nomor Invoice' with the value 'OL-1988' and 'Nomor Handphone' with the value '082123131995'. A red button labeled 'CEK STATUS ORDER' is positioned below the input fields. A dashed line with an arrow points from the button towards the right side of the page. The footer is a red bar containing contact information, services, and social media icons.

Gambar 3.7 Halaman Status Order

Pada halaman order tracking terdapat 4 urutan produk yang diubah otomatis sesuai dengan urutan pesanan. Dengan menambahkan waktu yang akurat, sehingga pengguna website bisa mengetahui barang mereka ada di tahap berapa. Tahapan halaman Order Tracking terdiri dari:

1. **Proses Desain / Setting**

Jika yang ditampilkan adalah tahapan ini maka artinya pesanan masih disiapkan file nya atau masih dalam tahapan desain.

2. **Proses Produksi**

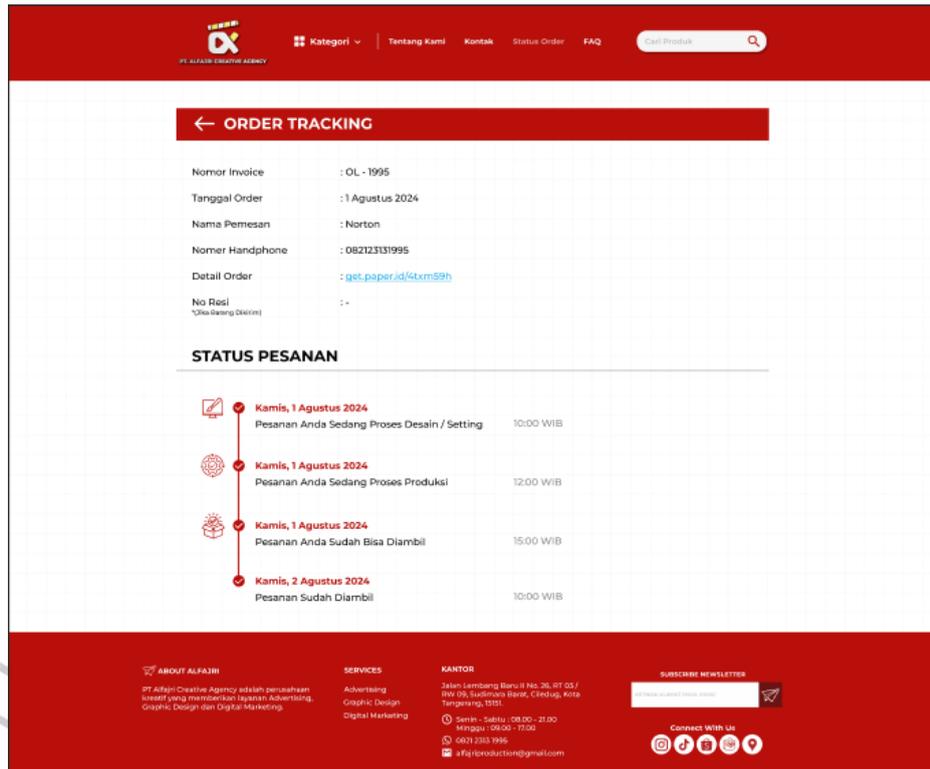
Jika yang ditampilkan adalah tahapan ini maka artinya pesanan sedang diproduksi.

3. **Sudah Bisa Diambil**

Jika yang ditampilkan adalah tahapan ini maka artinya pesanan sudah selesai dan sudah bisa diambil.

4. **Sudah Diambil**

Jika yang ditampilkan adalah tahapan ini maka artinya pesanan sudah diambil oleh pemesan.



Gambar 3.8 Halaman Order Tracking

3.6.4. Advertising

Advertising merupakan salah satu layanan produk yang ditawarkan oleh PT Alfajri Creative Agency, pada halaman ini dijelaskan mengenai pengertian produk dan layanan Advertising. Pada halaman paling bawah juga terdapat menu layanan yang ditawarkan, yaitu Print A3, Large Format, DTF Print, Merchandise, Katalog & Buku, Flyer & Brosur, dan Stationery. Layanan-layanan ini juga memiliki halaman tersendiri yang isinya merupakan deskripsi singkat dan foto produk.

APA ITU ADVERTISING?

Advertising adalah bentuk komunikasi strategis yang dirancang untuk mempromosikan produk, layanan, atau ide melalui berbagai media. Di perusahaan kami, kami menghususkan diri dalam menciptakan iklan yang menarik dan efektif untuk menarik perhatian audiens, mempengaruhi perilaku mereka, dan memotivasi mereka untuk membeli atau menggunakan produk dan layanan yang kami tawarkan.

Kami mengembangkan pesan iklan yang menonjol dan menerapkan strategi penempatan iklan yang optimal di berbagai media, termasuk cetak, televisi, serta platform digital seperti internet dan media sosial. Dengan keahlian kami dalam advertising, kami memastikan bahwa setiap kampanye dirancang untuk mencapai dampak maksimal dan hasil yang terukur, membantu bisnis Anda menjangkau audiens yang tepat dan memaksimalkan potensi pertumbuhan.

[Hubungi Kami](#)

OUR SERVICES

- Print A3+
- Large Format
- DTF Print
- Merchandise
- Katalog & Buku
- Flyer & Brosur
- Stationery

SIKSI MARKETING
 L1-14897 Jalan 24, Kertajaya, Bekasi Barat, Bekasi
 17133, Indonesia. info@siksimarketing.com
 0812-2333-1000

SERVICES
 Advertising
 Graphic Design
 Digital Marketing

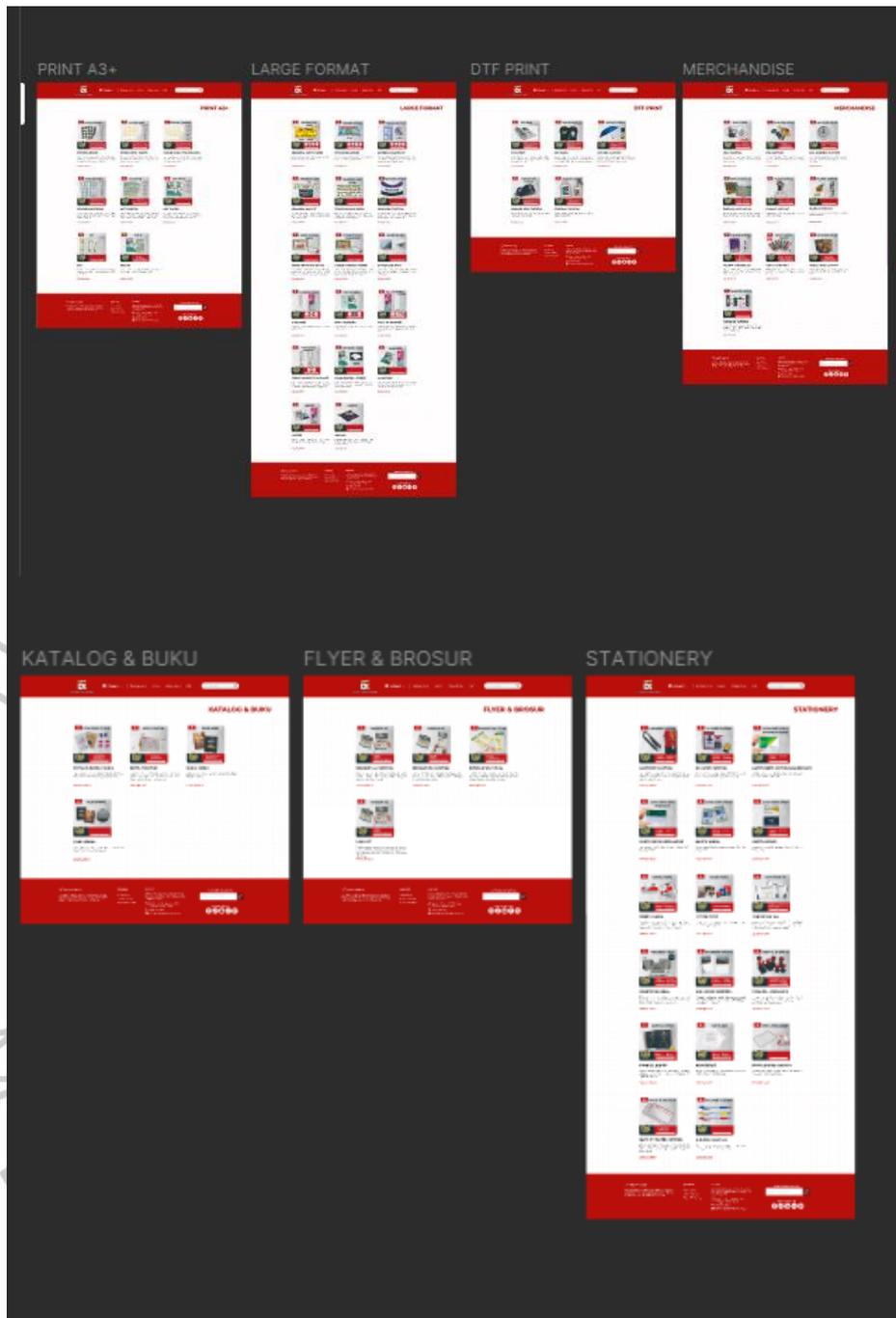
MARKASAH
 Jalan Pembangunan No. 146, 26122 001
 Kota Pekanbaru, Riau 28111, Indonesia
 0812-2333-1000
info@siksimarketing.com

SERVICES KONSULTING

Kontak Kami di

0812 2333 1000

Gambar 3.9 Halaman Advertising



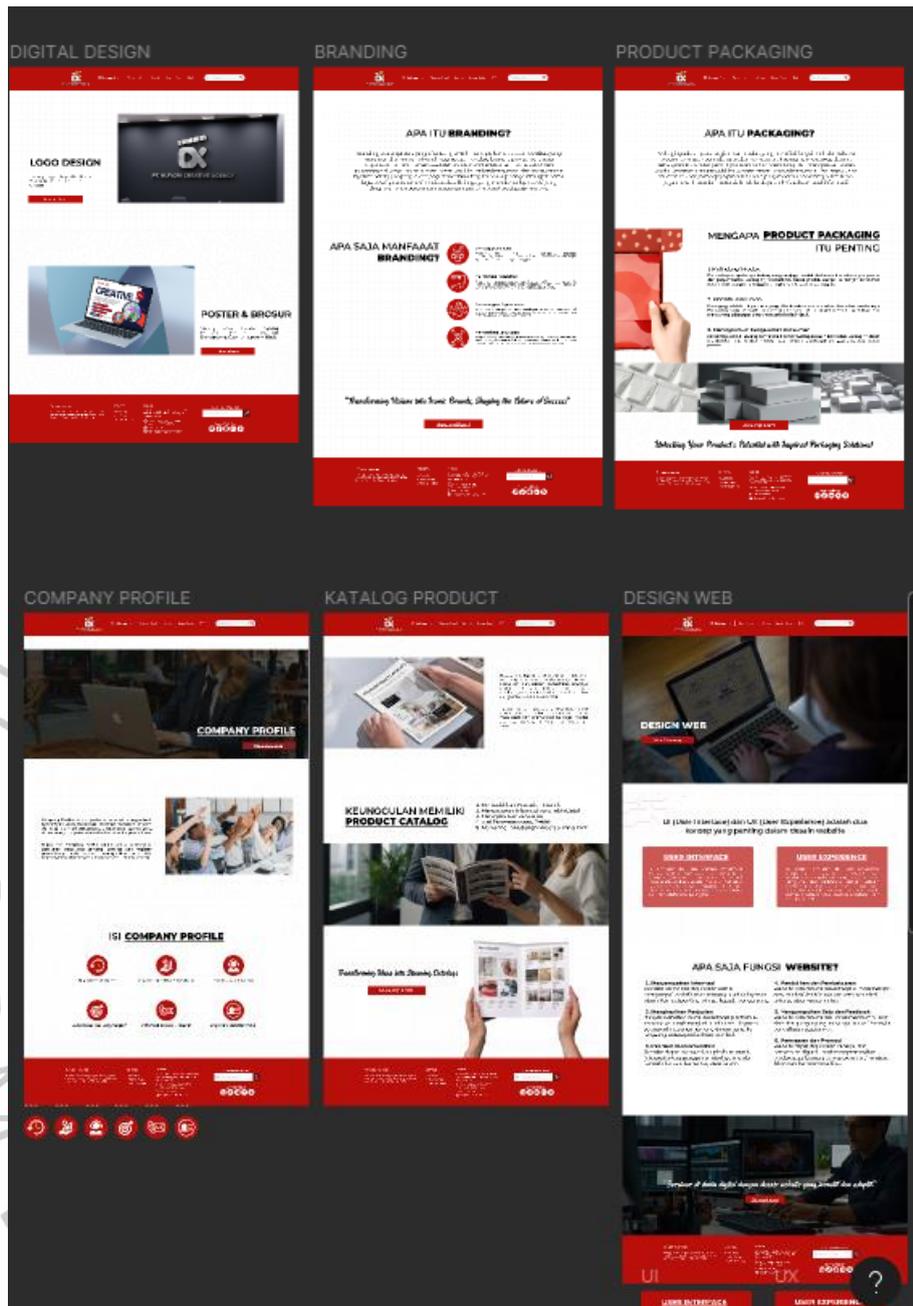
Gambar 3.10 Halaman Produk Advertising

3.6.5. Graphic Design

Layanan Graphic Design merupakan layanan jasa baru yang ditawarkan oleh PT Alfajri Creative Agency. Layout untuk halaman deskripsinya dibuat sama dengan halaman lainnya. Terdapat 6 menu layanan diantaranya adalah *Digital Design*, *Branding*, *Product Packaging*, *Company Profile*, *Catalog Product*, dan *Design Website*. Karena layanan ini merupakan layanan baru, maka halaman deskripsinya sedikit berbeda. Terdapat deskripsi yang lebih panjang dan detail, serta tambahan beberapa foto untuk memberikan gambaran bagi pengguna mengenai layanan yang ditawarkan.



Gambar 3.11 Halaman Graphic Design



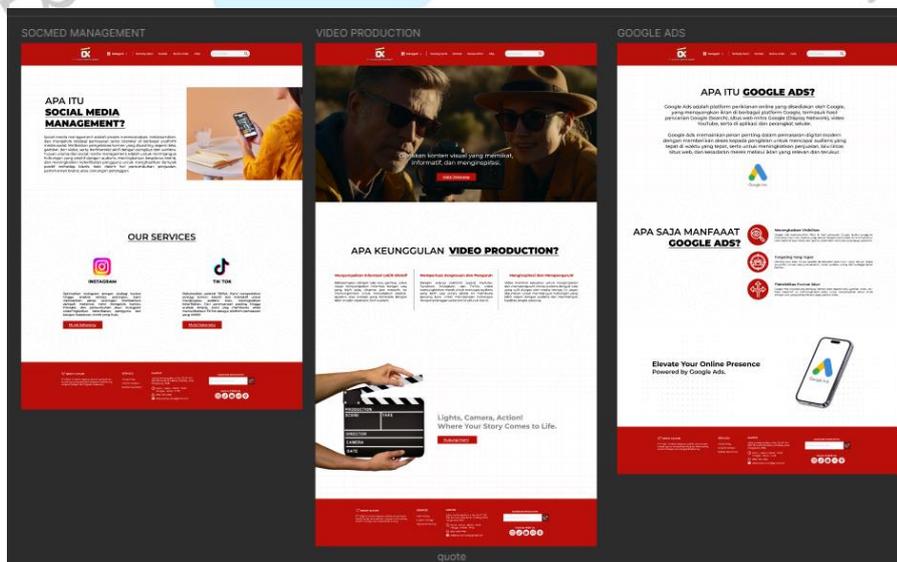
Gambar 3.12 Halaman Produk Graphic Design

3.6.6. Digital Marketing

Halaman deskripsi Digital Marketing juga memiliki layout yang sama dengan halaman lainnya. Terdapat 3 menu layanan diantaranya adalah *Social Media Management*, *Video Production*, dan *Google Ads*. Karena layanan ini juga merupakan layanan baru, maka halaman deskripsinya dibuat lebih panjang serta penambahan foto untuk memberikan gambaran lebih dari layanan yang ditawarkan.



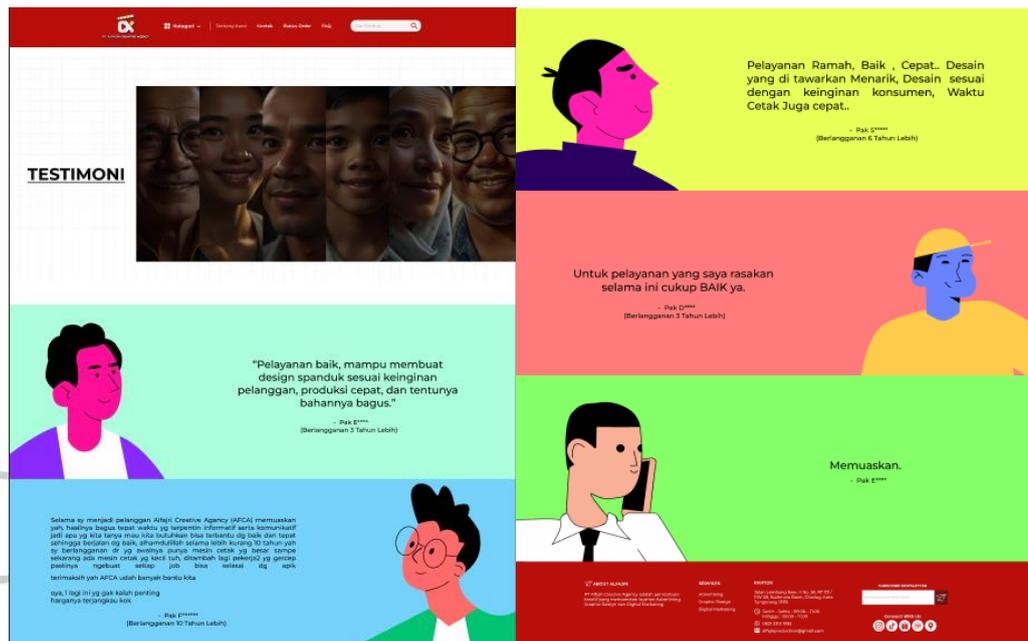
Gambar 3.13 Halaman Digital Marketing



Gambar 3.14 Halaman Produk Digital Marketing

3.6.7. Testimoni

Halaman testimoni buat berbeda dengan halaman lainnya. Karena pada halaman ini PT Alfajri Creative Agency mengajak klien loyal mereka untuk mengisi testimoni tentang pengalaman mereka berlangganan di PT Alfajri Creative Agency. Terdapat 5 klien loyal yang membantu mengisi testimoni. Tampilannya dibuat menarik dengan warna beragam dan tambahan ilustrasi tokoh agar lebih menarik untuk dibaca.



Gambar 3.15 Halaman Testimoni

3.7. Saran & Masukkan

No.	User	Saran yang diberikan	Solusi dari saran yang diberikan
1.	Owner / Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Logo pada header diperbesar sedikit agar lebih <i>stand out</i>. • Background pada halaman deskripsi terlalu kontras. • Warna pada halaman testimoni terlalu banyak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Logo diperbesar sedikit. • Pada beberapa halaman yang banyak teks, background dibuat lebih transparan. • Penggunaan warna pada halaman testimoni dikurangi, lebih banyak menggunakan warna identitas perusahaan.
2.	Pembimbing Kerja Profesi	<ul style="list-style-type: none"> • Foto produk digital masih ada beberapa yang kurang rapih • Jarak icon dan teks di beberapa halaman ada beberapa yang kurang jauh. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyesuaikan foto di beberapa halaman agar sesuai dengan konten yang ada di halaman tersebut. • Meratakan jarak antara icon dengan teks dibawahnya.
3.	Klien PT Alfajri Creative Agency	<ul style="list-style-type: none"> • Loading website nya masih terlalu lama • Sulit menemukan halaman testimoni 	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi developer mengenai durasi loading apakah bisa dipersingkat lagi. • Membuat tombol di menu header yang langsung mengarah ke halaman testimoni.

Tabel 3. 1 Saran & Masukkan

3.8. Kendala yang dihadapi dan Cara Mengatasi Kendala

Selama melaksanakan Kerja Profesi yang dilaksanakan di PT Alfajri Creative Agency, praktikan mempunyai sejumlah kendala yang dijumpai yakni seperti berikut:

1. Kurangnya pemahaman praktikan dalam penggunaan Aplikasi prototyping *Figma*.
2. Beberapa kali miskomunikasi dengan tim, dan kurangnya informasi mengenai halaman website dengan pembimbing kerja.
3. Tenggat waktu yang ketat, terutama jika ada revisi yang harus dilakukan di tengah proyek.

Untuk mengatasi kendala-kendala yang telah dijelaskan, praktikan mengambil sejumlah langkah untuk mengatasinya, seperti berikut:

1. Mempelajari dan memperbanyak latihan menggunakan aplikasi Figma dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Google dan Youtube.
2. Menanyakan mengenai beberapa hal yang praktikan kurang mengerti kepada pembimbing kerja di PT Alfajri Creative Agency. Juga lebih aktif bertanya saat dilakukan briefing.
3. Fokus pada tugas-tugas utama terlebih dahulu, lalu membagi pekerjaan menjadi tugas-tugas yang lebih kecil dan memastikan semuanya terselesaikan sesuai jadwal.

3.9. Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama pelaksanaan kerja profesi, banyak pembelajaran berharga yang didapat oleh praktikan, dalam aspek teknis dan non-teknis.

- Dari segi teknis, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang proses pembuatan dan pengembangan user interface (UI) dan user experience (UX), termasuk pentingnya riset pengguna dan penerapan prinsip-prinsip desain yang efektif.

Selain itu, praktikan juga mendapatkan pengetahuan baru mengenai identifikasi pengguna untuk memaksimalkan alur *user experience*. Dengan mengubah informasi yang didapatkan tentang kebiasaan pengguna menjadi landasan desain yang dibuat sehingga pembuatan website bisa lebih efektif.

Praktikan juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan waktu, umpan balik yang kurang jelas, dan perbedaan persepsi antara tim menjadi pelajaran penting dalam manajemen proyek, di mana kolaborasi dan komunikasi menjadi kunci keberhasilan dan kelancaran proyek. Praktikan juga belajar lebih dalam bagaimana menggunakan aplikasi prototype Figma, yang membantu meningkatkan efisiensi dalam menyusun desain serta berkoordinasi dengan anggota tim lainnya.

Selain itu, interaksi tim juga mengajarkan praktikan tentang pentingnya fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan serta permintaan yang muncul di tengah proses desain. Lebih jauh lagi, kerja profesi memberikan wawasan mengenai dinamika dunia kerja yang sesungguhnya, khususnya dalam menghadapi tekanan

tenggat waktu dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kualitas hasil pekerjaan. Secara keseluruhan, kegiatan kerja profesi ini memperkaya keterampilan praktikan, tidak hanya dalam hal kemampuan teknis, tetapi juga soft skills seperti komunikasi, problem-solving, dan pengelolaan waktu yang lebih baik.

