



# 7.22%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 OCT 2024, 7:33 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

**IDENTICAL** 0.96%    **CHANGED TEXT** 6.25%    **QUOTES** 0.7%

## Report #23363435

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Kerja Profesi Pendidikan merupakan proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi individu, baik secara intelektual, emosional, dan sosial, agar dapat berperan secara aktif dalam kehidupan masyarakat. Pendidikan dibutuhkan seorang individu untuk membentuk karakter, meningkatkan keterampilan, serta menambah pengetahuan. Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk sebuah kepribadian, karakter, dan sikap yang sesuai dengan nilai-nilai budaya dan moral yang berlaku di masyarakat. **8 9 11** Hukum Indonesia menjelaskan bahwa, pengertian pendidikan diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas). **8** Pada Pasal 1 Ayat (1) UU No. **9 34** 20/2003 disebutkan bahwa **1** "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara

Ini menjelaskan bahwa pendidikan adalah suatu upaya terencana dan sistematis yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai aspek yang lebih luas. Selain itu, pendidikan juga merupakan hak asasi yang wajib dipenuhi oleh negara untuk setiap warganya, seperti yang diatur dalam Pasal 31 Undang-Undang Dasar 1945. Pasal ini menegaskan bahwa "setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan dan bahwa "pemerintah mengusahakan dan



menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional. Pasal ini menegaskan pentingnya peran negara dalam menyediakan pendidikan yang bagi seluruh kalangan masyarakat. Pendidikan dan ilmu pengetahuan menjadi fondasi penting dalam pembentukan kompetensi dan keahlian seorang profesional. Secara umum, pendidikan formal mampu menyiapkan suatu rangkaian dasar atas pengetahuan, keterampilan fisik, dan kemampuan. Pendidikan 2 formal, mulai dari sekolah dasar hingga pendidikan tinggi, memberikan landasan yang kuat dalam berbagai aspek keilmuan. Selain pendidikan formal, penguasaan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari penelitian, studi lanjutan, dan pengalaman memainkan peranan penting dalam pengembangan profesional. Pengetahuan terkini, inovasi, dan temuan baru dalam bidang tertentu memungkinkan individu untuk tetap relevan. Proses pembelajaran yang berkelanjutan, baik melalui pembelajaran mandiri ataupun pendidikan tambahan menjadi kunci untuk meningkatkan keahlian. Ilmu dan pendidikan yang diperoleh menjadi bekal penting untuk menghadapi tantangan dan menerapkan solusi yang efektif. Kemampuan untuk mengintegrasikan teori dengan praktik, serta menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam situasi nyata, adalah aspek krusial. Kegiatan seperti magang, proyek penelitian, dan kerja profesional tidak hanya memperkaya pengalaman tetapi juga menguatkan keterampilan yang relevan. Tujuan utama dari pengembangan ilmu dan kemampuan adalah untuk menciptakan individu yang tidak hanya

memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga kemampuan yang kuat. Dengan bekal ini, individu dapat berkontribusi secara efektif dalam bidang mereka, lebih mudah beradaptasi dengan perubahan, dan mencapai hasil yang berkualitas. Agar dapat beradaptasi dan berperan aktif untuk masyarakat setelah menyelesaikan pendidikan tinggi, mahasiswa harus mempersiapkan diri untuk menghadapi tuntutan profesional di dunia kerja yang sesungguhnya, Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) memutuskan bahwa mata kuliah Kerja Profesi menjadi bagian atas syarat kelulusan. Kerja Profesi dilaksanakan oleh para mahasiswa dan mahasiswi sebelum akhir masa perkuliahan. Tujuan dari Kerja Profesi untuk mahasiswa adalah untuk membekali para mahasiswa dengan pengalaman praktis dalam mempersiapkan mereka memasuki dunia kerja. Melalui kegiatan ini, mahasiswa akan mampu mengaplikasikan ilmu teoritis yang diperoleh selama perkuliahan, serta merasakan langsung tuntutan dan kebutuhan yang ada di industri atau bidang profesinya. 3 Kerja Profesi bertujuan untuk mengembangkan berbagai keterampilan seperti manajemen waktu, komunikasi, dan pemecahan masalah yang semuanya dibutuhkan untuk keberhasilan dalam lingkungan kerja nyata. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk membangun jaringan profesional, memahami budaya organisasi, dan mengidentifikasi peluang karir yang sesuai dengan minat dan kemampuannya. Dengan cara ini, Kerja Profesi bertindak sebagai

jembatan yang menghubungkan pelatihan akademis dan praktik profesional, sehingga memungkinkan transisi yang lancar dari bangku kuliah ke dunia kerja. Dalam kegiatan kerja profesi ini, praktikan mendapatkan kesempatan melakukan kegiatan pembuatan website sebagai UI & UX Designer di PT Alfajri Creative Agency. Dengan waktu yang dihabiskan praktikan dalam melaksanakan kerja profesi, yakni 3 (tiga) bulan ataupun 400 jam kerja. Kerja Profesi tersebut dilaksanakan sejak bulan Juli sampai September, dihitung mulai 1 Juli 2024 sampai 30 September 2024. **33** 1.2. Maksud dan

**Tujuan Kerja Profesi 1.2** 1. Maksud Kerja Profesi Kerja Profesi atau KP adalah kegiatan yang diwajibkan untuk seluruh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya untuk memberikan pandangan kepada mahasiswa secara langsung tentang dunia dan lingkungan kerja. Pembelajaran yang sudah dilakukan dan diberikan selama perkuliahan telah meningkatkan kualitas para mahasiswa agar bisa berperan aktif dalam masyarakat. Kerja Profesi memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk menerapkan pembelajaran yang sudah dilakukan selama perkuliahan sebagai bekal untuk berlatih memecahkan masalah, dan meningkatkan pengetahuannya di perusahaan tempat dilaksanakannya kerja profesi. Tujuan diadakannya Kerja Profesi adalah untuk memberikan para mahasiswa kesempatan untuk belajar lebih luas, berbagai pembelajaran baru yang tidak sepenuhnya diperoleh melalui teori di kelas. Melalui Kerja Profesi, mahasiswa diharapkan mampu memadukan teori dan praktik langsung, menerapkan ilmu yang dipelajari pada situasi di dunia nyata, dan memahami dinamika tuntutan di lingkungan kerja. Tujuannya adalah 4 untuk mengembangkan keterampilan teknis dan non teknis siswa seperti keterampilan komunikasi, kolaborasi, manajemen waktu, dan pemecahan masalah yang semuanya sangat dibutuhkan dalam dunia kerja. Dengan mendapatkan pengalaman tersebut, mahasiswa memperoleh keterampilan dan pemahaman lebih dalam bidang profesinya, sehingga diharapkan akan lebih siap menghadapi tantangan pekerjaan setelah lulus. Selain itu, tujuan lain diadakannya Kerja Profesi adalah untuk memperkuat hubungan antara dunia Perguruan Tinggi dan industri. Program ini memungkinkan

mahasiswa untuk membangun jaringan profesional yang akan membantu dalam membangun karir di masa depan. Di sisi lain, perusahaan tempat mahasiswa bekerja juga mendapat manfaat dengan menerima ide-ide dan inovasi baru yang segar. Oleh karena itu, Kerja Profesi tidak hanya mendukung perkembangan pribadi mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada kebutuhan tenaga kerja yang berkualitas dan relevan dengan tuntutan industri saat ini.

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi

1. Dapat merasakan, mengetahui dan memahami lingkup kerja di PT Alfajri Creative Agency;
2. Mendapatkan dan juga memperluas pengalaman di bidang desain produk dengan mengerjakan tugas dan tanggungjawab di PT Alfajri Creative Agency;
3. Meningkatkan pemahaman serta pengetahuan mengenai User Interface dan User Experience.
4. Menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari saat perkuliahan, ke dalam lingkungan kerja;
5. Belajar untuk memiliki rasa bertanggung jawab, disiplin, dan profesional untuk memaksimalkan pengalaman di lingkungan kerja.
6. Meningkatkan rasa solidaritas dalam tim, serta toleransi dan kerjasama di dalam lingkungan kerja;
7. Memperluas koneksi dan jaringan kerja.

5 1.3. Tempat Kerja Profesi

Lokasi yang menjadi tempat Kerja Profesi praktikan terletak di Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Tepatnya berada di Jl. **20** Lembang Baru II No **20 23 29** 26, RT.003/RW **20 23 28 29 32** 009, Sudimara Bar., Kec. **23 28** Ciledug, Kota Tangerang, Banten.

Jarak antara rumah praktikan dengan kantor PT Alfajri Creative Agency memiliki jarak yang cukup dekat yaitu hanya sekitar 500 meter dari rumah praktikan. Tapi jika dibandingkan dengan jarak kantor PT Alfajri Creative Agency dengan Universitas Pembangunan Jaya, memiliki jarak yang lumayan jauh dengan jarak sekitar 9.5 kilometer.

Gambar 1. 1 Lokasi Kantor PT Alfajri Creative Agency Dengan jarak tempuh 500 meter, praktikan membutuhkan waktu sekitar 2 menit perjalanan dengan kendaraan pribadi dan 8 menit dengan berjalan kaki. Perusahaan tempat praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi bernama PT Alfajri Creative Agency yang bergerak dalam bidang Creative dan Digital Printing yang didirikan sejak tahun 1995. Praktikan melakukan kegiatan

kerja profesi di perusahaan ini karena praktikan tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang praktik di industri ini, serta menerapkan pengetahuan yang sudah diperoleh selama studi praktikan di perkuliahan ke dalam proyek nyata. Selain keterkaitan langsung dengan jurusan praktikan, kerja 6 profesi di perusahaan ini memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam pengembangan produk dan memahami bagaimana desain dapat berdampak pada pengalaman pengguna secara keseluruhan. Praktikan juga sangat antusias dengan kesempatan untuk berkolaborasi dengan tim profesional berpengalaman dan mengerjakan proyek yang dapat memperluas keterampilan praktikan. 1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Berlandaskan buku panduan yang diberikan oleh Universitas Pembangunan Jaya, kerja profesi memiliki total 64 hari kerja. Praktikan memiliki 8 jam kerja perharinya (diluar jam istirahat). Ketentuan kerja yang diterapkan di PT Alfajri Creative Agency sejak hari Senin hingga hari Jumat, mulai dari jam 08.00 hingga 17.00 dan dilakukan kurang lebih 3 bulan lamanya. Rincian jadwal kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut: No. Jadwal pelaksanaan kerja profesi Waktu pelaksanaan kerja profesi Keterangan 1. Juli 08.00 s.d. 17.00 Work From Office

2. Agustus 08.00 s.d. 17.00 Work From Office 3. September 08.00 s.d.

17.00 Work From Office Tabel 1. 16 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi 7

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1. 16 Sejarah Perusahaan Gambar 2. 1

Logo Perusahaan 2.2. Tentang Perusahaan Nama : PT Alfajri Creative

Agency Pendiri perusahaan : Alamat Perusahaan : Jl. 20 Lembang Baru II No 20 23 29

26, RT.003/RW 20 23 28 29 32 009, Sudimara Bar., Kec. Ciledug, Kota

Tangerang, Banten 15151 Email : alfajriproduction@gmail.com Website :

www.alfajricreative.com PH : +6221-2313-1995 Jenis Perusahaan : Creative

Agency Bidang : Kreatif, Desain, dan Digital Printing Didirikan pada

tahun 1995, Alfajri Printing memulai perjalanan bisnisnya sebagai

perusahaan yang berfokus pada produk sablon. Namun, dengan perkembangan

teknologi yang pesat, Alfajri Printing menyadari perlunya beradaptasi

untuk tetap relevan di industry dengan mengarahkan perusahaan ke arah

digital printing, menawarkan solusi cetak yang lebih cepat, lebih fleksibel, dan lebih inovatif. Dengan menggabungkan pengalaman bertahun-tahun di bidang sablon dan teknologi cetak digital terbaru, Pada pertengahan tahun 2011, Alfajri Printing berganti kepemilikan yang menjadikannya titik balik. Alfajri Printing mengubah nama menjadi CV Alfajri Digital Printing dan melakukan re-branding secara keseluruhan. Menambah berbagai produk yang ditawarkan seperti jasa desain, pembuatan merchandise, kemasan, dan lainnya. Sekaligus menegaskan bahwa CV Alfajri Digital Printing memberikan layanan dan produk terbaik untuk memenuhi kebutuhan Advertising. Karena banyaknya UMKM makanan dilingkungan wilayahnya, CV Alfajri Digital Printing memanfaatkan situasi untuk membuat berbagai produk yang relevan. Seperti desain kemasan pouch, desain kemasan box, label produk, stempel plastik, brosur, dll. Selain memanfaatkan peluang, CV Alfajri Digital Printing juga membantu para UMKM untuk membuat produk mereka lebih menjual. Di awal tahun 2024 CV Alfajri Digital Printing kembali mengubah nama menjadi PT Alfajri Creative Agency. Perubahan nama ini diselaraskan dengan perubahan layanan yang mereka tawarkan. Kini layanan produk di PT Alfajri Creative Agency dibagi menjadi 3 kategori, yaitu Advertising, Graphic Design, dan Digital Marketing. Dengan harapan bahwa perusahaan agar terus relevan dengan perubahan teknologi yang berjalan dengan cepat. 22 9 2.3. 22 Struktur Organisasi Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Alfajri Creative Agency 2.3 1 Fungsi dan Tugas Berikut ini detail terkait cakupan kerja yang dipertanggungjawabkan oleh setiap divisi. 1. General Manager (Owner) General Manager adalah posisi tertinggi dalam perusahaan yang secara aktif mengawasi pengelolaan perusahaan. Merupakan seseorang yang memainkan peran yang sangat penting dalam mengarahkan jalannya sebuah perusahaan, mencapai visi, misi dan target. Anggota perusahaan harus memiliki rasa percaya terhadap General Manager untuk kelancaran berjalannya perusahaan. Maka dari itu dibutuhkan Individu yang memiliki jiwa kepemimpinan, bertanggung jawab, dan disiplin sebagai panutan bagi anggota lainnya.

Selain itu General Manager juga membantu untuk mengarahkan arah perusahaan agar tetap relevan di persaingan.

### 10.2. Services Divisi

Services bertanggungjawab untuk memberikan layanan yang langsung berhubungan dengan kebutuhan pelanggan. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab utama divisi ini:

1. Menerima dan memproses semua permintaan dari pelanggan, baik terkait pemesanan produk cetak, jasa desain, hingga konsultasi mengenai proyek-proyek yang mereka butuhkan.
2. Memberikan saran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, termasuk pemilihan jenis cetakan, material, ukuran, desain, dan aspek teknis lainnya yang diperlukan.
3. Menjaga standar kualitas layanan untuk memastikan bahwa setiap produk dan layanan yang disampaikan memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.
4. Menindaklanjuti, mencari solusi, dan memastikan kepuasan pelanggan terjaga. Divisi ini juga mengelola umpan balik pelanggan untuk meningkatkan layanan di masa mendatang.
5. Memperbarui informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta berkomunikasi dengan pelanggan tentang promosi, layanan baru, atau perubahan terkait layanan yang ada.

### 3. Productions Divisi

Productions bertanggung jawab atas seluruh proses produksi dari awal hingga akhir, memastikan setiap proyek dicetak dan diproses sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh pelanggan. Tugas utama divisi ini meliputi pengelolaan dan pengoperasian peralatan cetak, baik untuk sablon maupun digital printing, serta menjaga agar semua mesin berfungsi dengan baik dan efisien. Divisi ini juga harus memastikan kualitas setiap produk tetap tinggi, melalui kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi. Selain itu, mereka berkolaborasi dengan divisi lain, seperti desain dan services, untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan permintaan dan harapan pelanggan. Divisi Productions juga bertanggung jawab dalam menjaga stok bahan baku, seperti tinta, kertas, dan material lain yang diperlukan, serta melakukan perawatan berkala terhadap mesin dan peralatan produksi untuk mencegah kerusakan atau penurunan kualitas cetak. Pengelolaan waktu yang baik dan pemenuhan



tenggat waktu produksi juga menjadi tanggung jawab utama agar pesanan dapat diselesaikan dan dikirim tepat waktu. 4. Design Divisi Design bertanggung jawab untuk menciptakan konsep visual yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, baik untuk keperluan cetak maupun digital. Mereka bekerja langsung dengan pelanggan dan tim Services untuk memahami visi, preferensi, serta kebutuhan desain yang diinginkan, lalu mengubahnya menjadi karya yang siap diproduksi. Tanggung jawab lain dari divisi Design termasuk memberikan saran kreatif, menciptakan mockup atau pratinjau sebelum produksi, serta menjaga tren desain terbaru agar produk yang dihasilkan tetap relevan dan menarik di pasaran. Divisi ini juga bekerja sama dengan tim produksi untuk memastikan bahwa hasil produk akhir tetap selaras dengan desain yang direncanakan, baik dari segi warna maupun detail visual lainnya.

#### 2.4. Deskripsi Pekerjaan PT Alfajri Creative Agency

merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kreatif dan desain. Menawarkan berbagai jenis produk dari mulai digital sampai produk fisik. Dengan mempertahankan citra nya sebagai perusahaan Digital Printing, PT Alfajri Creative Agency memberikan produk terbaik untuk solusi pemasaran, seperti Advertising, Desain Kemasan, Desain Website, dll. PT Creative Agency tidak hanya menawarkan layanan kreatif dan digital printing, tetapi juga berfokus pada memberikan pengalaman layanan yang optimal bagi para kliennya.

#### 12 Proses Kerja Klien Klien

mengubungi via Online melalui Whatsapp atau datang langsung secara Offline ke PT Alfajri Creative Agency untuk mediskusikan maksud dan kebutuhan klien. Brief Setelah klien selesai berdiskusi, selanjutnya akan dilakukan brief kepada tim design dan productions untuk proyek yang akan dikerjakan. Design Pada proses ini tim Design bertanggung jawab penuh untuk membuat desain yang sesuai keinginan klien. Pada proses ini tim Services juga memiliki peran untuk menjelaskan secara detail keinginan klien untuk mengurangi kesalahan. Persetujuan / ACC Klien Tim Services memberikan hasil desain yang sudah dibuat kepada klien secara mendetail untuk di lihat terlebih dahulu. Lalu jika ada revisi,

tim desain akan langsung merevisi agar klien dapat langsung memberikan persetujuan untuk desainnya di produksi. Produksi Jika klien sudah setuju dengan hasil desain dan revisinya, maka hasil desain akan langsung diberikan ke tim Productions dan langsung di produksi.

Finishing Setelah selesai produksi terakhir akan dilakukan Finishing.

Dalam proses ini akan dilakukan Quality Check untuk memastikan tidak ada kekurangan dalam produk. Jika semua sudah dipastikan benar, produk akan di packing untuk memastikan keamanan produk sampai ke tangan Klien. Tabel 2. 1 Proses Kerja 13 Diagram 2.1 Alur Proses Kerja

2.5. Visi dan Misi Perusahaan Visi Perusahaan Menjadi perusahaan yang dapat dipercaya, berkembang dan kreatif. (Mandate, Devloping, and Creative) Misi • Menjaga Kepercayaan Cutsomer • Berkelanjutan • Menjaga Kua

litas Perusahaan 14 2.6. Lingkup Perusahaan Layanan yang ditawarkan oleh PT Alfajri Creative Agency diantaranya adalah: • Desain dan Prin

t Advertising PT Alfajri Creative Agency memberikan layanan pembuatan produk Advertising seperti Large Format, Print A3, DTF, Merchandise, Katalog & Buku, Flyer & Brosur, dan Stationery. Memberikan solusi untuk

meningkatkan kualitas produk dan penjualan dari mulai usaha kecil sampai

usaha besar. • Desain Website dan Produk Digital Selain produk fisik, P

T Alfajri Creative Agency juga memberikan pelayanan untuk jasa desain

digital, salah satunya adalah desain Website. Website adalah sekumpulan

halaman yang dapat diakses melalui internet, yang menampilkan berbagai

informasi dalam bentuk teks, gambar, video, atau elemen interaktif

lainnya. Website berfungsi sebagai media untuk berbagi informasi,

berkomunikasi, menjual produk atau jasa, atau menyediakan layanan tertentu

kepada pengunjung. Bagi bisnis dan organisasi, website sering kali

menjadi wajah digital yang menggambarkan identitas mereka di dunia maya. **12** Website

dapat berfungsi sebagai sarana promosi, media komunikasi dengan pelanggan,

hingga platform untuk menjual produk atau layanan secara langsung. **6** Desain yang

baik membantu pengunjung untuk menavigasi website dengan mudah, menemukan

informasi yang mereka butuhkan, dan merasakan kenyamanan dalam

berinteraksi dengan elemen-elemen website. Pengalaman pengguna yang buruk akibat desain yang membingungkan atau tampilan yang tidak responsif dapat membuat pengunjung cepat merasa bosan dan meninggalkan website. Maka dari itu PT Alfajri Creative Agency berusaha untuk memberikan desain yang baik untuk meningkatkan kunjungan terhadap website klien. 31 15 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.

10 User Experience mengacu pada pengalaman yang dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk tersebut, mencakup faktor kegunaan, efisiensi, dan aksesibilitas. 4 15 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 Fatcha 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. 16 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. 17 Semakin banyak perusahaan kini beralih ke arah marketing digital untuk mendapatkan lebih banyak atensi. Salah satunya adalah PT Alfajri Creative Agency.

14 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 18 3.2. Bidang Kerja Dalam Proyek pembuatan Website PT Alfajri Creative Agency, praktikan bertugas untuk menjadi UI & UX desainer. Ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk melangsungkan proyek Website 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. **2 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. 19 f. Halaman Web:

Pembuatan halaman-halaman web yang sesuai dengan wireframe yang telah dibuat. 27

Halaman-halaman web ini terdiri dari beranda, halaman produk dan layanan, dan halaman kontak. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi yang ingin disampaikan ke pengguna. g. 3.2.1. Timeline Proyek Diagram 3.1 Timeline Proyek 20 3.3. 1 7 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 21 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. 22 Diagram 3.3 Web Flow Halaman beranda ini mencakup berbagai hal-hal penting yang mendasari terbentuknya sebuah website.

26 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. 23 3.5.

2 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. 17 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 24 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.

#### 25 Gambar 3.4 Halaman Beranda (Homepage) 26

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 27 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 2 8 satu dari 4 urutan sesuai dengan status pesanan. 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. 29 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. 30 Gambar 3.9 Halaman Advertising 31 Gambar 3.10 Halaman Produk Advertising 32 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 33 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. 34 Gambar 3.13 Halaman Digital Marketing Gambar 3.14 Halaman Produk Digital Marketing 35 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 36 3.7. Saran & Masukkan No. User Saran yang diberikan Solusi dari saran yang diberikan 1. Owner / Manager • Logo pada header diperbesar sedikit agar lebih stand out. • Background pada halaman deskripsi terlalu kontras. • Warna pada halaman testimoni terlalu banyak. • 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 • Foto produk digital masih ada beberapa yang kurang rapih • Jarak icon dan teks di beberapa halaman ada beberapa yang kurang jauh. • 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 • Loading website nya masih terlalu lama • Sulit menemukan halaman testimoni • 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. 5 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. 37 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 38 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. 39

BAB IV  
PENUTUP 4.1. Simpulan Setelah melaksanakan kerja praktik di PT Alfajri

Creative Agency, praktikan dapat menarik beberapa simpulan penting terkait proses pembuatan user interface (UI) dan user experience (UX) dalam sebuah proyek pengembangan website. Praktikan memahami bahwa kolaborasi yang baik antara anggota tim sangat krusial dalam menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan klien dan pengguna. Selama proses kerja, praktikan juga belajar mengenai pentingnya komunikasi yang efektif untuk menghindari kesalahpahaman dan keterlambatan waktu. Selain itu, pengalaman dalam menghadapi tantangan teknis dan non-teknis, seperti tenggat waktu yang ketat, memberikan pembelajaran mendalam tentang bagaimana mengelola proyek dengan lebih efisien. Secara keseluruhan, kerja praktik ini telah memberikan gambaran nyata tentang dinamika dan tantangan yang ada di industri kreatif, khususnya dalam desain UI/UX. Praktikan berhasil memperdalam keterampilan teknis dan memperkuat kemampuan soft skills seperti manajemen waktu, problem-solving, dan kemampuan beradaptasi. Hasilnya adalah praktikan mampu membuat sebuah website perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tetap sejalan dengan visi misi perusahaan. Dengan demikian, kerja praktik ini tidak hanya menjadi ajang pembelajaran yang bermanfaat secara teknis, tetapi juga membantu praktikan dalam mempersiapkan diri untuk tantangan yang akan dihadapi dalam karir profesional di masa depan. Hal tersebut yang dapat praktikan simpulkan selama menjalani kerja profesi di PT Alfajri Creative Agency. 40 4.2.

Saran Berdasarkan simpulan yang telah dibahas mengenai pelaksanaan kerja profesi di PT Alfajri Creative Agency, beberapa saran yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja profesi akan praktikan berikan sebagai masukan untuk pihak yang terlibat. Saran-saran yang praktikan berikan adalah sebagai berikut: 1. Bagi Universitas Pembangunan Jaya Bagi Universitas Pembangunan Jaya perlu dilakukannya peningkatan informasi dan panduan mengenai administrasi kerja profesi dari awal pelaksanaan sampai selesai. Serta membangun kerjasama dengan lebih banyak lagi perusahaan, agar mahasiswa dapat lebih mudah mendapatkan perusahaan tempat pelaksanaan kerja profesi. 2. Bagi PT Alfajri Creative Agency Bagi PT Alfajri Creative

Agency project website katalog yang telah selesai dibuat dapat dikembangkan menjadi marketplace. Dengan tujuan agar pengunjung dapat langsung memesan di website tanpa harus diarahkan ke aplikasi lainnya.

41 DAFTAR PUSTAKA Hartawan, M. S. (2022). Penerapan User Centered Design (UCD) pada wireframe desain user interface dan user experience aplikasi sinopsis film. JEIS: Jurnal Elektro dan Informatika Swadharma, 2(1), 43-47. Istiqomah Br Karo Sekali, C. E. (2023). **1 4 18** Perancangan Ui/Ux Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria Pada Toko Celcius Di Kota Manado Menggunakan Design Thinking. Logic: Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan, 839-853. Kartini, D. &. (2019). Pengaruh tunjangan profesi dan motivasi kerja terhadap kinerja guru. Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan, 6(1), 25-33. **24** Nawangwulan, A. (2023, April 29). **24 30** Mengenal Fitur-Fitur Figma Hingga Manfaatnya Bagi Para Designer. From Kelas Work: <https://kelas.work/blogs/mengenal-fitur-fitur-figma-hingga-manfaatnya-bagi-para-designer> Rifda Faticha Alfa Aziza, Y. T. (2019). Analisa Usabilitydesainuser Interfacepada Website Tokopedia Menggunakan Metode Heuristics Evaluation. Teknokompak, 7-11. **19** Setiaji, H. (2020). **19 21 25** Perancangan UI/UX menggunakan pendekatan HCD (Human-Centered design) pada website Thriftdoor. **21** Automata, 1(2). Wiryawan, M. B. (2011). User Experience (Ux) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual. Humaniora, 1158-1166. 42 LAMPIRAN-LAMPIRAN LAMPIRAN A Lampiran 1. 1. Transkrip Nilai Sementara 43 Lampiran 1. 2. Curriculum Vitae 44 Lampiran 1. 3. Surat Pengantar Kerja Profesi 45 Lampiran 1. 4. Formulir Pengajuan Kerja Profesi 46 Lampiran 1. 5. Formulir Penerimaan Kerja Profesi 47 Lampiran 1. 6. Laporan Pelaksanaan Kerja Profesi (1) 48 Lampiran 1. 7. Laporan Pelaksanaan Kerja Profesi (2) 49 Lampiran 1. **3** 8. Formulir Bimbingan Kerja Profesi (1) 50 Lampiran 1. 9. Formulir Bimbingan Kerja Profesi (2) 51 Lampiran 1. **3 13** 10. Formulir Rencana Tindak Lanjut (1) 52 Lampiran 1. 11. Formulir Rencana Tindak Lanjut (2) 53 LAMPIRAN B Lampiran 2. 1 Dokumentasi Kegiatan 54 Lampiran 2. 2 Kunjungan Dosen Pembimbing KP



REPORT #23363435

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>0.64%</b> pdfs.semanticscholar.org <a href="https://pdfs.semanticscholar.org/cf73/1ee89d0c241ecf98a2293eca5440292c832...">https://pdfs.semanticscholar.org/cf73/1ee89d0c241ecf98a2293eca5440292c832...</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.62%</b> blog.myskill.id <a href="https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/user-flow-pengertian-manfaat-serta-j...">https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/user-flow-pengertian-manfaat-serta-j...</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.61%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6857/17/Lampiran-Lampiran.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6857/17/Lampiran-Lampiran.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.52%</b> journal.artei.or.id <a href="https://journal.artei.or.id/index.php/Merkurius/article/download/293/499/1653">https://journal.artei.or.id/index.php/Merkurius/article/download/293/499/1653</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.43%</b> repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/9516/1/Gorajodi%20Erling%20Suryanggala.pdf">http://repository.fe.unj.ac.id/9516/1/Gorajodi%20Erling%20Suryanggala.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.41%</b> www.exabytes.co.id <a href="https://www.exabytes.co.id/blog/komponen-website/">https://www.exabytes.co.id/blog/komponen-website/</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.4%</b> www.dictio.id <a href="https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-user-flow/160317">https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-user-flow/160317</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.39%</b> eprints.uny.ac.id <a href="http://eprints.uny.ac.id/39963/2/ISI%20BAB%201-3.pdf">http://eprints.uny.ac.id/39963/2/ISI%20BAB%201-3.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.38%</b> journal.unnes.ac.id <a href="https://journal.unnes.ac.id/sju/icicle/article/download/37322/15408/">https://journal.unnes.ac.id/sju/icicle/article/download/37322/15408/</a>	●



REPORT #23363435

INTERNET SOURCE		
10. 0.36%	<a href="https://bif.telkomuniversity.ac.id/mengapa-ui-ux-design-sangat-penting-dalam-...">bif.telkomuniversity.ac.id</a> <a href="https://bif.telkomuniversity.ac.id/mengapa-ui-ux-design-sangat-penting-dalam-...">https://bif.telkomuniversity.ac.id/mengapa-ui-ux-design-sangat-penting-dalam-...</a>	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.33%	<a href="https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/2594/2264">jptam.org</a> <a href="https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/2594/2264">https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/2594/2264</a>	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.31%	<a href="https://www.sekawanmedia.co.id/blog/website-adalah/">www.sekawanmedia.co.id</a> <a href="https://www.sekawanmedia.co.id/blog/website-adalah/">https://www.sekawanmedia.co.id/blog/website-adalah/</a>	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.3%	<a href="https://inspektorat.acehprov.go.id/media/2024.04/keputusan_inspektur_tentan...">inspektorat.acehprov.go.id</a> <a href="https://inspektorat.acehprov.go.id/media/2024.04/keputusan_inspektur_tentan...">https://inspektorat.acehprov.go.id/media/2024.04/keputusan_inspektur_tentan...</a>	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.29%	<a href="https://argiaacademy.sch.id/pentingnya-digital-marketing/">argiaacademy.sch.id</a> <a href="https://argiaacademy.sch.id/pentingnya-digital-marketing/">https://argiaacademy.sch.id/pentingnya-digital-marketing/</a>	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.28%	<a href="https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2753/8/11.10114163_BUDI%20SATRIA%2...">elibrary.unikom.ac.id</a> <a href="https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2753/8/11.10114163_BUDI%20SATRIA%2...">https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2753/8/11.10114163_BUDI%20SATRIA%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.28%	<a href="http://repository.teknokrat.ac.id/2482/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20L...">repository.teknokrat.ac.id</a> <a href="http://repository.teknokrat.ac.id/2482/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20L...">http://repository.teknokrat.ac.id/2482/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20L...</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
17. 0.26%	<a href="https://toffeedev.com/blog/website/wireframe-adalah/">toffeedev.com</a> <a href="https://toffeedev.com/blog/website/wireframe-adalah/">https://toffeedev.com/blog/website/wireframe-adalah/</a>	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.24%	<a href="https://jutif.if.unsoed.ac.id/index.php/jurnal/article/view/2140">jutif.if.unsoed.ac.id</a> <a href="https://jutif.if.unsoed.ac.id/index.php/jurnal/article/view/2140">https://jutif.if.unsoed.ac.id/index.php/jurnal/article/view/2140</a>	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.24%	<a href="https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jtk/article/download/38090/28954">ejournal3.undip.ac.id</a> <a href="https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jtk/article/download/38090/28954">https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jtk/article/download/38090/28954</a>	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.23%	<a href="https://glints.com/id/en/companies/alfajri-creative-agency/eaa467b9-7d0c-4721..">glints.com</a> <a href="https://glints.com/id/en/companies/alfajri-creative-agency/eaa467b9-7d0c-4721..">https://glints.com/id/en/companies/alfajri-creative-agency/eaa467b9-7d0c-4721..</a>	●





REPORT #23363435

INTERNET SOURCE		
21. 0.23%	<a href="https://djournal.com/klik/article/view/1899">djournal.com</a> <i>https://djournal.com/klik/article/view/1899</i>	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.22%	<a href="https://perpustakaan.poltektegal.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=23508&amp;bi...">perpustakaan.poltektegal.ac.id</a> <i>https://perpustakaan.poltektegal.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=23508&amp;bi...</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
23. 0.22%	<a href="https://taketamatrans.com/contact/">taketamatrans.com</a> <i>https://taketamatrans.com/contact/</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
24. 0.21%	<a href="https://jurnal.amikpgrikebumen.ac.id/index.php/jurnalsinkom/article/download..">jurnal.amikpgrikebumen.ac.id</a> <i>https://jurnal.amikpgrikebumen.ac.id/index.php/jurnalsinkom/article/download..</i>	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.2%	<a href="https://pdfs.semanticscholar.org/2a9c/51a4b10c38324d3979174b8c3de0ee9a88...">pdfs.semanticscholar.org</a> <i>https://pdfs.semanticscholar.org/2a9c/51a4b10c38324d3979174b8c3de0ee9a88...</i>	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.2%	<a href="https://www.doxadigital.com/optimasi-web/inspirasi-desain-header-website/">www.doxadigital.com</a> <i>https://www.doxadigital.com/optimasi-web/inspirasi-desain-header-website/</i>	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.19%	<a href="https://otakkanan.co.id/important-berikut-7-perbedaan-blogspot-dan-website/">otakkanan.co.id</a> <i>https://otakkanan.co.id/important-berikut-7-perbedaan-blogspot-dan-website/</i>	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.17%	<a href="https://linktr.ee/boloprintofficial">linktr.ee</a> <i>https://linktr.ee/boloprintofficial</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
29. 0.15%	<a href="https://alvinrentcar.id/contact/">alvinrentcar.id</a> <i>https://alvinrentcar.id/contact/</i>	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.14%	<a href="https://journal.aritekin.or.id/index.php/Jupiter/article/view/122">journal.aritekin.or.id</a> <i>https://journal.aritekin.or.id/index.php/Jupiter/article/view/122</i>	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.11%	<a href="https://sipadu.isi-ska.ac.id/mhsw/laporan/laporan_6602210204182306.pdf">sipadu.isi-ska.ac.id</a> <i>https://sipadu.isi-ska.ac.id/mhsw/laporan/laporan_6602210204182306.pdf</i>	●



REPORT #23363435

INTERNET SOURCE

32. **0.1%** [www.thatch.co](http://www.thatch.co)

<https://www.thatch.co/places/362540/pasar-buah-lembang>



INTERNET SOURCE

33. **0.08%** [ars.iti.ac.id](http://ars.iti.ac.id)

<https://ars.iti.ac.id/wp-content/uploads/2022/10/PANDUAN-KERJA-PRAKTIK-202..>



INTERNET SOURCE

34. **0.05%** [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

[https://www.academia.edu/74327340/Implementasi\\_Pilar\\_Pilar\\_Pendidikan\\_UN..](https://www.academia.edu/74327340/Implementasi_Pilar_Pilar_Pendidikan_UN..)



**QUOTES**

INTERNET SOURCE

1. **0.7%** [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

[https://www.academia.edu/74327340/Implementasi\\_Pilar\\_Pilar\\_Pendidikan\\_UN..](https://www.academia.edu/74327340/Implementasi_Pilar_Pilar_Pendidikan_UN..)