

BAB 4

STRATEGI KREATIF

4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang diterapkan dalam perancangan LMS ini bertujuan untuk menciptakan interaksi yang empatik, mendukung, dan sederhana dengan target pengguna, yaitu pelaku UMKM yang direpresentasikan oleh user persona sebelumnya, Ayu dan Putri. Mengingat temuan sebelumnya bahwa pengguna dapat merasa bingung dengan istilah teknis asing, maka pendekatan komunikasi adalah menggunakan bahasa yang mudah dipahami

A) Bahasa Indonesia Lugas

Seluruh teks pada antarmuka, baik berupa instruksi dan konten pendukung akan menggunakan bahasa Indonesia yang lugas, jelas, dan mudah dipahami. Istilah teknis yang tidak umum akan diminimalisir.

B) Tone of Voice

Komunikasi akan disampaikan dengan nada yang ramah, positif, memotivasi, dan tidak mengintimidasi. Contohnya termasuk pesan sambutan yang personal, kalimat ajakan yang memberdayakan, dan umpan balik yang konstruktif.

C) Visual Ikon

Selain teks, elemen visual seperti ikonografi yang intuitif dan tata letak yang bersih juga merupakan bagian dari strategi komunikasi untuk mempermudah pemahaman dan navigasi pengguna.

D) Ketersediaan Bantuan

Menyadari bahwa pengguna mungkin membutuhkan dukungan, akses bantuan yang mudah menjadi bagian integral dari strategi komunikasi. Tujuan utamanya adalah supaya pengguna merasa nyaman, terbantu, dan percaya diri ketika menggunakan LMS tanpa merasa terbebani oleh kerumitan teknis atau bahasa.

4.2 Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)

4.2.1 Segmentasi

Pasar utama untuk LMS ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dengan fokus awal pada UMKM di wilayah Tangerang Selatan yang terlibat dalam program pengembangan kewirausahaan seperti Kedaireka. Segmen ini mencakup individu dengan berbagai latar belakang usia, jenis usaha (produk maupun jasa), dan tingkat pemahaman serta adopsi teknologi digital yang beragam. Kebutuhan utama segmen ini adalah peningkatan kapasitas dan keterampilan dalam aspek kewirausahaan digital untuk mendukung pertumbuhan bisnis pelaku UMKM.

4.2.2 Targeting

Target pengguna spesifik dipersempit menjadi dua profil utama yang direpresentasikan pada *user persona*.

A) Ayu

Seorang pemilik usaha rajut skala mikro/kecil dengan motivasi belajar yang tinggi namun baru dalam memahami konsep kewirausahaan digital secara mendalam. Ayu membutuhkan pembelajaran yang terstruktur, materi yang bisa diulang dan diunduh, antarmuka yang sangat mudah digunakan dengan Bahasa Indonesia, serta dukungan langsung setelah ia mencoba mencari solusi sendiri.

B) Putri

Seorang pemilik usaha jasa dan produk yang baru memulai dan sangat sibuk dengan operasional bisnis. Putri membutuhkan materi yang sangat aplikatif, praktis, dan dapat diakses secara fleksibel. Ia memprioritaskan video singkat (maks 15 menit) yang disertai bisa diunduh, serta membutuhkan bantuan langsung dari manusia jika mengalami kendala.

4.2.3 Positioning

Keunggulan kompetitif :

A) Materi dirancang berdasarkan kebutuhan nyata UMKM yang teridentifikasi melalui wawancara dan observasi.

B) Antarmuka didesain secara khusus dengan mempertimbangkan pengguna yang mungkin baru mengenal platform LMS, dengan Bahasa Indonesia yang lugas dan navigasi intuitif.

C) Akses mudah ke tim support melalui WhatsApp untuk pendampingan personal.

D) Materi video, unduhan, dan kuis disajikan dalam alur yang mulus di dalam dashboard utama untuk meminimalkan perpindahan halaman.

4.3 Analisis SWOT

A) Strength

Desain berpusat pada pengguna (HCD) dengan riset mendalam terhadap target UMKM.

1. Konten video dengan subtitle, kuis dan dapat diunduh mengakomodasi preferensi belajar yang beragam.
2. Kuis terintegrasi dengan umpan balik langsung untuk evaluasi pemahaman dan penguatan materi.
3. Antarmuka pengguna dirancang untuk kemudahan penggunaan dengan Bahasa Indonesia yang lugas dan navigasi intuitif .
4. Dukungan langsung dan personal via WhatsApp, sesuai dengan kebutuhan kuat dari kedua persona untuk interaksi manusia saat membutuhkan bantuan.
5. Sitemap dan User Flow yang dirancang untuk alur pengalaman pengguna yang efisien dan minim gangguan.

B) Weakness

1. Ketergantungan pada koneksi internet yang stabil untuk pengalaman belajar optimal, terutama untuk streaming video.
2. Keberhasilan adopsi oleh UMKM yang sangat awam teknologi mungkin memerlukan sosialisasi dan pendampingan teknis awal di luar platform.
3. Membutuhkan upaya berkelanjutan untuk pemeliharaan platform dan pembaruan konten agar tetap relevan.

C) Opportunity

1. Besarnya populasi UMKM di Tangerang Selatan dan Indonesia yang belum sepenuhnya tersentuh oleh pelatihan digital yang efektif dan terjangkau.
2. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya literasi dan keterampilan digital bagi UMKM untuk dapat bersaing dan berkembang di era ekonomi digital.
3. Dukungan dari program pemerintah dan institusi (seperti Kedaireka) untuk digitalisasi dan peningkatan kapasitas UMKM.

4. Potensi pengembangan fitur dan konten lebih lanjut berdasarkan umpan balik pengguna dan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

D) Threat

1. Perubahan cepat dalam tren teknologi, algoritma media sosial, dan strategi pemasaran digital yang menuntut platform untuk terus beradaptasi dan memperbarui kontennya.
2. Potensi rendahnya motivasi belajar mandiri dari sebagian pelaku UMKM jika tidak ada insentif atau kewajiban.

4.4 Analisa model 5W +1H

A) Apa (*What*)

Learning Management System (LMS) berbasis web yang dirancang dengan pendekatan *HCD*. Menyediakan antarmuka pengguna yang intuitif dan pengalaman belajar yang dipersonalisasi untuk materi kewirausahaan secara digital.

B) Mengapa (*Why*)

Untuk mengatasi tantangan keterbatasan waktu, aksesibilitas materi, dan kebutuhan pengulangan dalam program pelatihan UMKM konvensional. Tujuannya adalah memberdayakan UMKM di Tangerang Selatan agar dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing bisnis mereka melalui pembelajaran digital yang fleksibel, efektif, dan berkelanjutan.

C) Siapa (*Who*)

Target pengguna utama adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Tangerang Selatan, yang direpresentasikan melalui user persona.

D) Di mana (*Where*)

Platform digital ini akan diakses melalui *web browser* pada berbagai perangkat seperti komputer desktop, laptop, dan perangkat mobile karena dirancang secara responsif.

E) Kapan (*When*)

Pembelajaran dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh pengguna sesuai dengan waktu mereka. Mendukung fleksibilitas model *blended learning/Flipped Learning* dengan sesi tatap muka program Kedaireka.

F) Bagaimana (*How*)

Dengan menyediakan antarmuka pengguna yang bersih dan mudah dinavigasi. Konten pembelajaran video dengan subtitle yang dapat diunduh, kuis terintegrasi dengan umpan balik, *progress tracking* di dashboard, serta dukungan pengguna yang mudah diakses.

4.5 Proses Tahapan Perancangan Media Interaktif/UI/UX

4.5.1 Moodboard

Moodboard

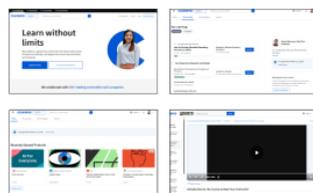
Roboto

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



Gambar 4.1 Moodboard

Moodboard dikembangkan dengan merujuk pada preferensi persona pengguna yang menginginkan tampilan terang, bersih, minimalis dan profesional, namun tetap ramah. Referensi visual diambil dari platform pembelajaran modern seperti Coursera untuk aspek profesionalisme dan kejelasan tata letak. Serta elemen-elemen desain yang mencerminkan semangat pertumbuhan dan optimisme UMKM. Fokus utama moodboard adalah pada penggunaan warna-warna cerah tipografi sans-serif (Roboto) yang bersih dan mudah dibaca, serta contoh antarmuka pengguna yang menampilkan whitespace yang lega dan ikonografi yang jelas.

4.5.2 Konsep Perancangan

A) Terpusat

Dashboard utama dirancang sebagai pusat semua aktivitas belajar pengguna, mengintegrasikan tampilan progres program, navigasi modul, akses langsung ke daftar pelajaran, hingga pemuatan konten belajar dan kuis terintegrasi. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan perpindahan halaman yang tidak perlu dan menjaga pengguna tetap fokus dalam alur belajar mereka.

B) Intuitif

Antarmuka dirancang dengan mengutamakan kemudahan penggunaan, terutama bagi pengguna seperti Yanti yang mungkin baru mengenal platform digital. Navigasi dibuat sederhana, istilah menggunakan Bahasa Indonesia yang lugas, dan alur interaksi dirancang agar semudah mungkin dipahami tanpa memerlukan panduan khusus.

4.5.3 Color Pallete



Gambar 4.2 Color Pallete

Palet warna didominasi oleh biru langit modern (`#0EA5E9`) sebagai warna primer yang memberikan kesan profesional dan terpercaya. Warna ini didukung oleh akses hijau (`#10B981`) untuk indikasi positif atau keberhasilan, dan kuning optimis (`#FACC15`) yang digunakan secara terbatas untuk elemen perhatian atau notifikasi. Warna netral terdiri dari berbagai tingkatan abu-abu (`#1F2937`), untuk teks utama, `#6B7280` untuk sub teks (`#E5E7EB`), untuk garis batas dan putih (`#FFFFFF`) untuk latar belakang utama untuk menciptakan tampilan yang bersih dan fokus pada konten. Warna hover dan aktif untuk elemen interaktif juga menggunakan variasi dari warna primer dan akses untuk memberikan visual yang baik.

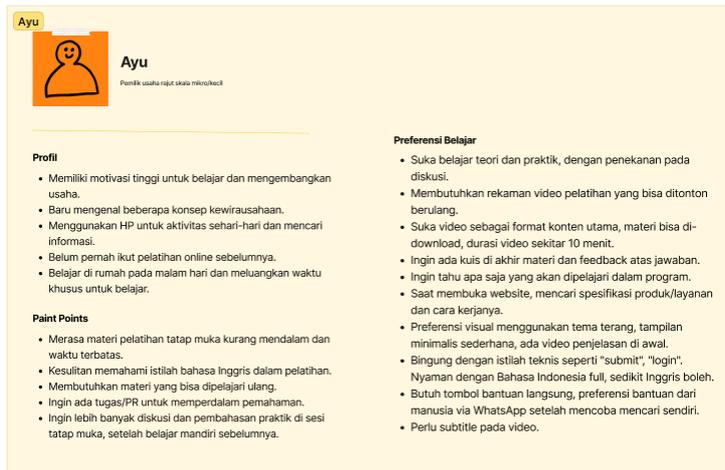
4.5.4 Font

Font utama yang digunakan adalah Roboto. Skala tipografi telah didefinisikan secara spesifik untuk berbagai elemen teks dengan ukuran yang berbeda untuk versi mobile dan desktop. Pemilihan font didasari atas pendekatan *mobile first*, yang mana mayoritas font bawaan handphone saat ini adalah Roboto. Tujuannya agar pengguna dapat langsung

dengan mudah membaca tulisan tanpa perlu merasa aneh karena sudah terbiasa dengan font tersebut.

4.5.5 Persona

A) Persona 1 - Ayu



Gambar 4.3 User persona Ayu

Kebutuhan Utama: Memerlukan pembelajaran yang terstruktur dan mendalam ("kurang paham karna baru belajar kulitnya aja", "pengen tau semuanya"), materi yang bisa diulang (rekaman video, handout), adanya tugas/kuis untuk evaluasi dan pendalaman, preferensi video dengan subtitle, durasi video ~10 menit, dan kemudahan penggunaan platform dengan Bahasa Indonesia. Butuh bantuan langsung via WhatsApp setelah mencoba mencari sendiri.

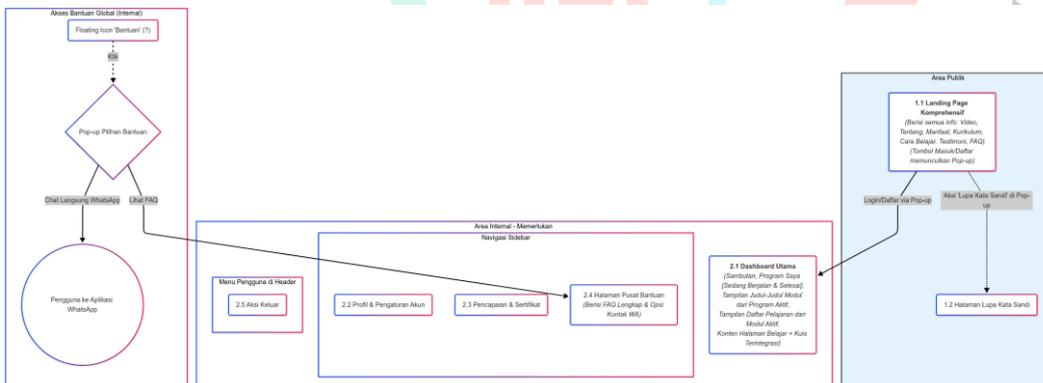
B) Persona 2 - Putri



Gambar 4.4 User persona Putri

Kebutuhan Utama: Memerlukan materi yang aplikatif dan tidak terlalu teoritis ("kurang applicable ke usaha kecil karna materinya terlalu berat"), lebih banyak praktik, fleksibilitas waktu karena kesibukan operasional, rekaman video dan transkrip/script bacaan yang bisa diunduh, video maksimal 15 menit, kemudahan bahasa, dan bantuan langsung dari manusia.

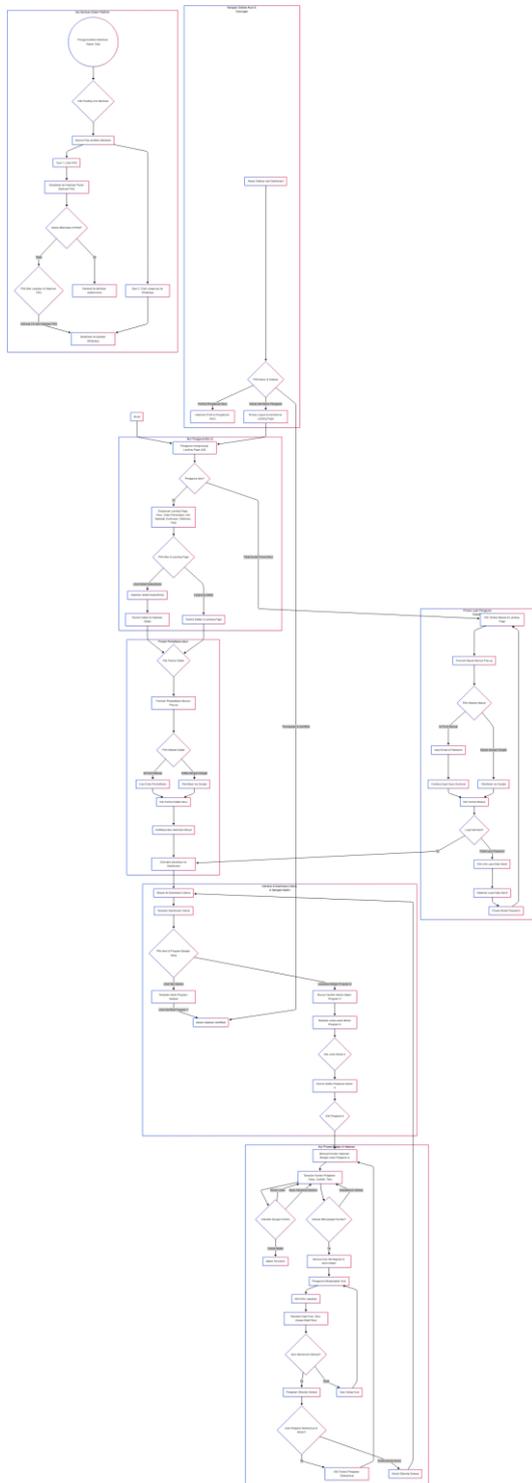
4.5.6 Sitemap



Gambar 4.5 Sitemap

Sitemap terbagi menjadi Area Publik dan Area Internal. Area Internal adalah area yang dapat diakses jika sudah login atau daftar, sedangkan area eksternal adalah area umum yang dapat diakses siapa saja, seperti halaman landing page.

4.5.7 Flowchart (Userflow)



Gambar 4.6 Flowchart userflow

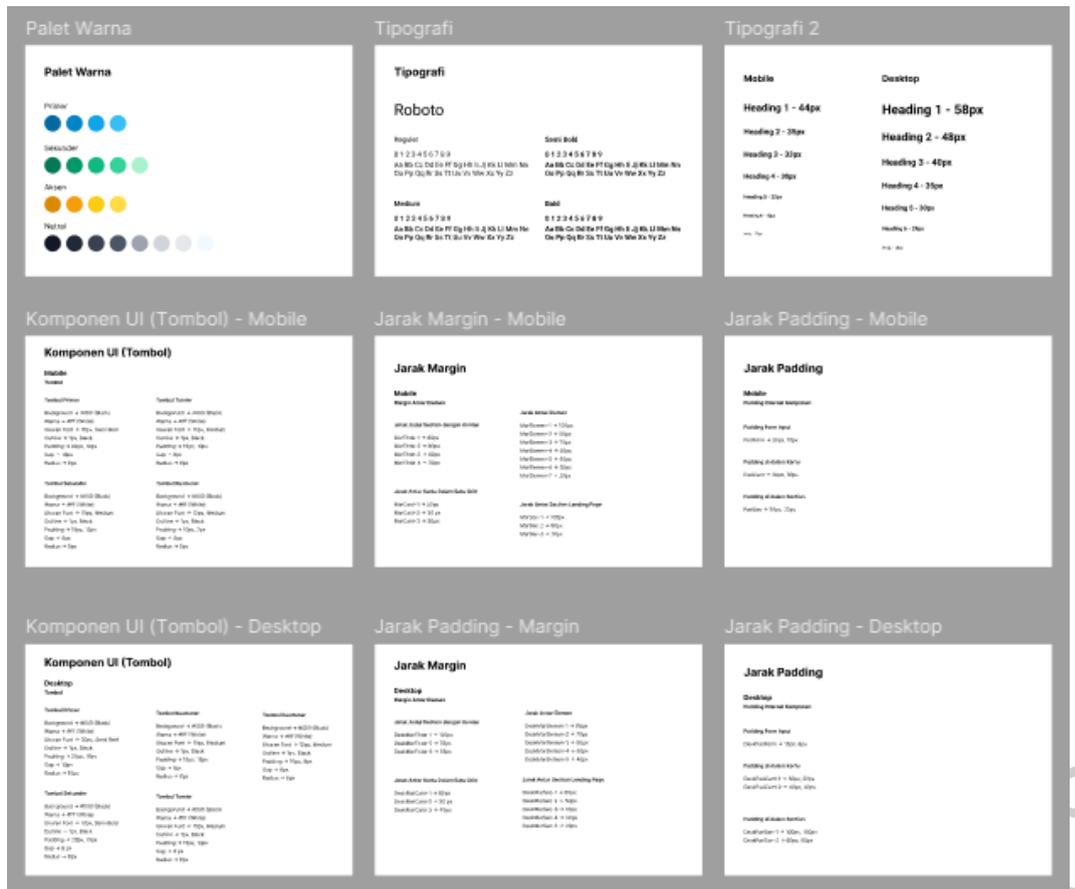
4.5.8 Wireframe



Gambar 4.7 Wireframe desktop

Berdasarkan data user flow dan sitemap, peneliti mengembangkan telah wireframe untuk menentukan tata letak dasar, hierarki informasi, dan penempatan fungsionalitas utama sebelum masuk ke detail visual, baik versi desktop dan mobile. Untuk detailnya, dapat diakses melalui link berikut : [Wireframe](#)

4.5.9 Desain sistem



Gambar 4.8 Desain sistem LMS

Desain sistem berfungsi untuk memastikan konsistensi visual dan pengalaman pengguna yang kohesif di seluruh platform, serta efisiensi dalam proses desain dan pengembangan. Pada desain sistem di atas, terdapat 3 sistem utama yang dibuat ditambah dengan palet warna. Detail ada di link berikut : [Desain sistem](#)

a) Komponen UI

Terdiri dari beberapa varian tombol utama (Primer, Sekunder, Tag/Filter, Tab) dengan spesifikasi ukuran, padding, border-radius, dan styling yang konsisten untuk state default, hover, dan aktif.

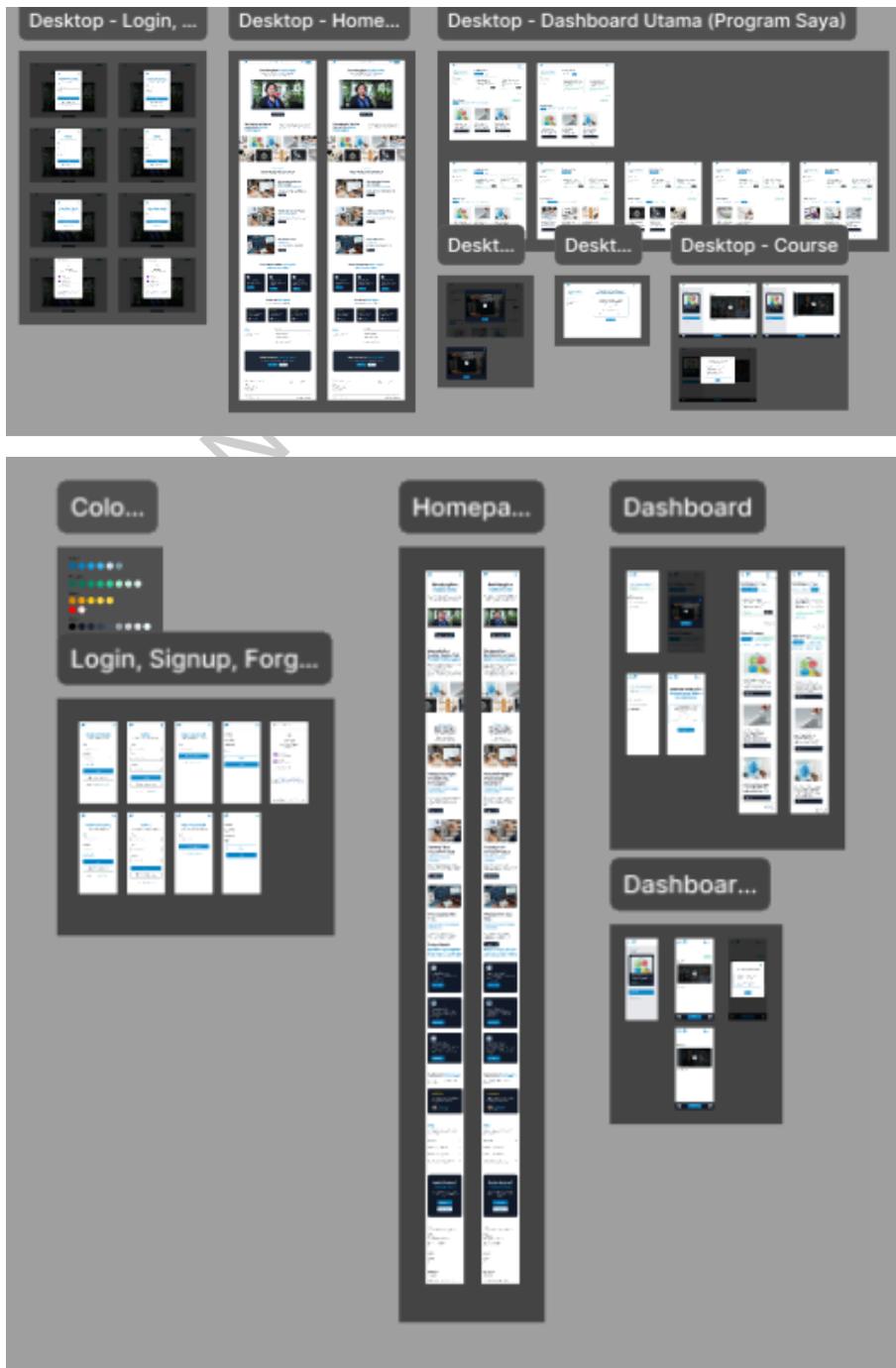
b) Sistem Spasi

Berfungsi untuk mengatur margin antar elemen dan padding internal komponen secara konsisten.

c) Ikonografi

Ikon menggunakan gaya flat outline dan fill.

4.5.10 High Fidelity



Gambar 4.9 High fidelity

Berdasarkan wireframe dan panduan dari desain sistem, dikembangkan desain High Fidelity (Hi-Fi) yang menampilkan tampilan antarmuka akhir secara detail, termasuk penerapan warna, tipografi, ikon, gambar/ilustrasi placeholder, dan semua elemen visual lainnya.

4.6 Prototype

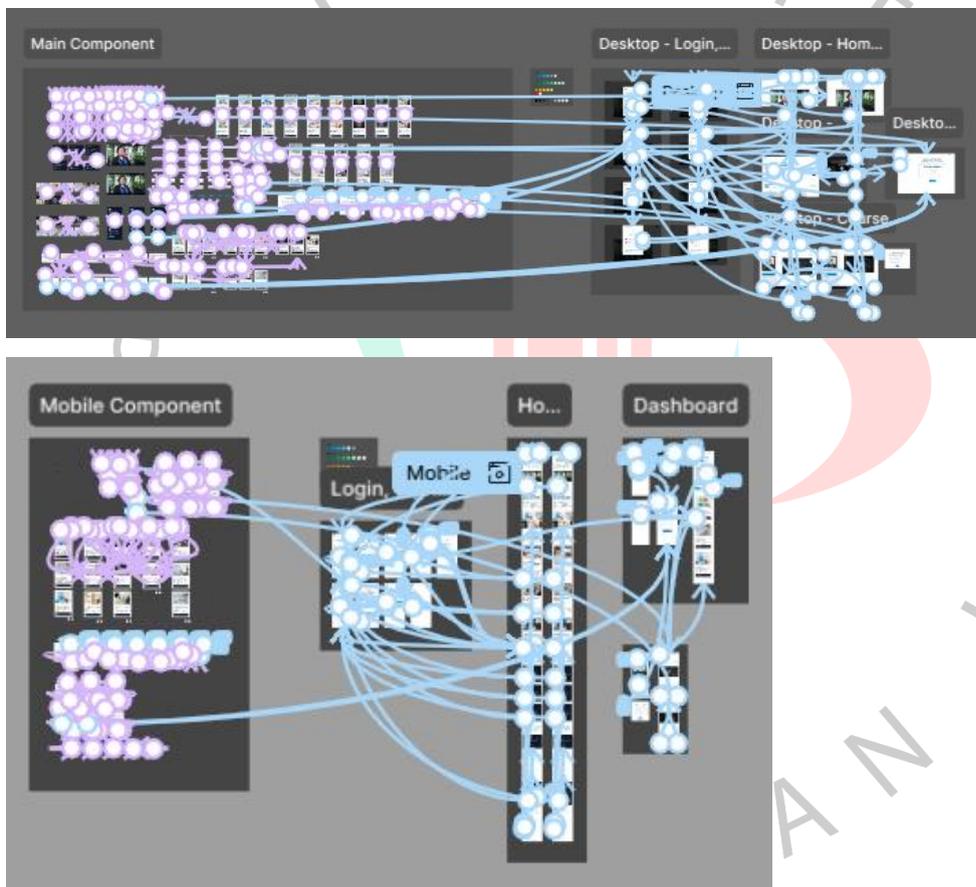
Dari desain Hi-Fi, dibuat sebuah prototipe interaktif menggunakan perangkat lunak Figma. Link prototipe dapat diakses melalui:

A) Mobile :

1. File desain : [file desain prototype mobile](#)
2. Versi play : [prototype mobile](#)

B) Desktop :

1. File desain : [file desain prototype desktop](#)
2. Versi play : [prototype mobile](#)



Gambar 4.10 Prototype

4.7 Media Pendukung

Media pendukung untuk pameran dirancang sebagai satu kesatuan yang kohesif untuk mengkomunikasikan identitas, tujuan, dan fungsionalitas dari LMS. Media pendukung terdiri dari ; notebook, pena, sticker, totebag, gantungan kunci.